



Compendio digital Iglesia y Televisión

Compilador: Mtro. Jorge Alberto Hidalgo Toledo

Editor, Comunidad Virtual de Comunicadores Católicos

<http://es.catholic.net/comunicadorescatolicos>

30 de junio de 2012

Tabla de contenido

APROBACIÓN DE LOS NUEVOS ESTATUTOS Y TRASFORMACIÓN PONTIFICIA COMISIÓN PARA EL CINE, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN	5
Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión	5
(16 de diciembre de 1954).....	5
CARTA ENCÍCLICA MIRANDA PRORSUS	7
Sobre el Cine, la Radio y la Televisión	7
(8 de septiembre de 1957).....	7
CARTA APOSTÓLICA QUE PROCLAMA A SANTA CLARA PATRONA CELESTE DE LA TELEVISIÓN	32
(21 de agosto de 1958)	32
"MOTU PROPRIO" BONI PASTORIS.....	34
(22 de febrero de 1959)	34
DECRETO CONCILIAR INTER MIRIFICA	37
Sobre los medios de Comunicación Social.....	37
(4 de diciembre de 1963)	37
CARTA APOSTÓLICA "MOTU PROPRIO" IN FRUCTIBUS MULTIS.....	44
Con esta se instituye la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales.....	44
(2 de abril de 1964).....	44
REGLAMENTO SOBRE LAS GRABACIONES AUDIOVISUALES DE LAS CEREMONIAS Y DE LOS LUGARES DIRECTAMENTE DEPENDIENTES DE LA SANTA SEDE.....	48
(13 de agosto de 1965)	48
Sobre los medios de comunicación social.....	51
(23 de mayo de 1971)	51
ORIENTACIONES SOBRE LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS SACERDOTES PARA EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.....	94
(19 de marzo de 1986).....	94
AETATIS NOVAE	134
Instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de Communio et Progressio	134
(22 de febrero de 1992)	134
ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES	154
(2 de junio de 2000)	154
CONFERENCIA DE PRENSA DE PRESENTACIÓN DE LA CARTA APOSTÓLICA "EL RÁPIDO DESARROLLO" DEL SUMO PONTÍFICE JUAN PABLO II A LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES	172
(19 de febrero de 2005)	172
CARTA APOSTÓLICA «EL RÁPIDO DESARROLLO» DEL SUMO PONTÍFICE JUAN PABLO II A LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES	178
(24 de enero de 2005).....	178

MENSAJE DEL PAPA PABLO VI PARA LA II JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES.....	187
"La prensa, la radiotelevisión y el cine para el progreso de los pueblos"	187
1968	187
MENSAJE DEL SANTO PADRE PARA LA 27a JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES.....	189
Tema: Dos nuevos medios al servicio de la Iglesia: casetes y videocasetes	189
23 de mayo de 1993	189
MENSAJE DEL SANTO PADRE JUAN PABLO II PARA LA XXVIII JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES.....	191
Tema: La televisión.....	191
24 de enero de 1994	191
CENTRO TELEVISIVO VATICANO	195
TRANSMISIONES EN DIRECTO.....	195
SERVICIOS DIARIOS	195
PRODUCCIONES.....	195
ARCHIVO.....	195
VISITA APOSTÓLICA A CANADÁ.....	197
RADIO Y TELEVISIÓN DE MENSAJES DEL PAPA JUAN PABLO II	197
A LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE CANADÁ	197
Aeropuerto Yellow Knife.....	197
Martes, 18 de septiembre 1984	197
CARTA DEL SECRETARIO PAPAL, CARD. AGOSTINO CASAROLI, EN NOMBRE DEL SANTO PADRE, AL SECRETARIO GENERAL DE LA ASOCIACIÓN CATÓLICA INTERNACIONAL PARA LA RADIODIFUSIÓN Y LA TELEVISIÓN (UNDA)	202
LA TELEVISIÓN CATÓLICA: UNA NECESIDAD PASTORAL URGENTE.....	205
Mensaje de Mons. Antonio Ma. Rouco Varela, Cardenal-Arzbispo de Madrid, en la que ofrece líneas pastorales para que la televisión promueva una visión de la vida concorde al Evangelio.....	205
La Televisión Católica: Una necesidad pastoral urgente	205
Madrid, 7 de octubre de 2006	205
IDEARIO MARCO DE LA TELEVISIÓN CATÓLICA.....	208
Como anexo a las conclusiones del primer Congreso mundial de televisiones católicas, celebrado en Madrid del 10 al 12 de octubre de 2006, el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales ha distribuido este «Ideario marco de la televisión católica».	208
Ideario marco de la televisión católica.....	208
CONCLUSIONES DEL PRIMER CONGRESO MUNDIAL DE TELEVISIONES CATÓLICAS	210
El Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, ofrece la síntesis del encuentro celebrado por los Comunicadores católicos que hoy día producen televisión en el mundo.	210
Conclusiones del Primer Congreso Mundial de Televisiones Católicas.....	210
27 CONSEJOS PARA VER LA TELEVISIÓN	216

Documento elaborado por FEDEPADRE para ofrecer consejos sobre el uso de la televisión al servicio de la persona.....	216
HOMILÍA DEL CARD. TARCISIO BERTONE CON MOTIVO DE 50 AÑOS EL REGRESO DE SANTA CLARA DE ASÍS.....	221
Patrona de la televisión	221
Asís.....	221
Domingo, 17 de febrero 2008	221
GUÍA PARA VER LA TELEVISIÓN EN FAMILIA.....	225
Breve guía para aprender a ver televisión; se profundiza en la alfabetización mediática para formar receptores críticos y activos.	225
EDUQUEMOS CON LA TELEVISIÓN	228
Eduquemos con la Televisión.....	228
INTRODUCCIÓN	228

APROBACIÓN DE LOS NUEVOS ESTATUTOS Y TRASFORMACIÓN PONTIFICIA COMISIÓN PARA EL CINE, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión

(16 de diciembre de 1954)

ESTATUTO

Art. 1

Se funda la Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión.

ART. 2

La Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión es el órgano de la Santa Sede para el estudio de los problemas del cine, radio y televisión que están relacionados con la fe y la moral.

ART. 3

La Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión tiene por objeto: estudiar las direcciones tanto ideológicas como prácticas de la producción cinematográfica y de las emisiones radiofónicas y televisivas; dirigir la labor de los católicos y promover la actuación de las normas directivas provenientes de la Suprema Autoridad Eclesiástica

ART. 4

La Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión está a disposición de los Sagrados Dicasterios y Oficinas de la Santa Sede y de los Excmos. Ordinarios para las informaciones y el estudio de las cuestiones que ellos le propongan.

ART. 5

La Comisión Pontificia de la Cinematografía, Radio y Televisión, con el fin de fomentar las producciones y las emisiones conformes con el espíritu cristiano y de preservar a los fieles de las que son de una moral negativa, está en contacto con los Centros Católicos Cinematográficos, Radiofónicos y Televisivos nacionales y con las respectivas Organizaciones Internacionales (O.C.I.C., UNDA) informándose mutuamente, colaborando y valorizando su labor.

ART. 6

La Comisión Pontificia de la Cinematografía, Radio y Televisión de ordinario se abstiene de publicar juicios favorables o desfavorables sobre películas, o sobre emisiones radiofónicas o televisivas remitiéndose, según el espíritu de las normas promulgadas a este propósito por la Santa Sede, a los respectivos Centros nacionales, fundados por la Sagrada Jerarquía en las respectivas naciones.

ART. 7

La Comisión Pontificia de la Cinematografía, Radio y Televisión es nombrada por la Santa Sede y está compuesta del siguiente modo:

- 1) El Presidente, cuyo nombramiento dura por seis años.
 - 2) El Consejo de la Presidencia, del que forman parte:
 - a) Miembros natos:
 - el Asesor de la Suprema S. Congregación del S. Oficio,
 - el Asesor de la S. Congregación Consistorial,
 - el Asesor de la S. Congregación para la Iglesia Oriental,
 - el Secretario de la S. Congregación del Concilio,
 - el Secretario de la S. Congregación de Religiosos,
 - el Secretario de la S. Congregación de Propaganda Fide,
 - el Secretario de la S. Congregación de Seminarios y Universidades,
 - el Substituto de la Secretaría de Estado de S. Santidad.
 - b) Cuatro miembros, como máximo, de libre elección de la Santa
 - 3) El Comité Ejecutivo, compuesto de la siguiente forma:
 - el Presidente de la Comisión,
 - un Secretario Ejecutivo,
 - tres o más Consejeros, uno de los cuales, como miembro nato es el Director de la Radio Vaticana,
 - un Colegio de técnicos con tres Secciones: cinematográfica, radiofónica y televisiva.
- Los miembros del Comité Ejecutivo ocuparán el cargo por un período de cuatro años.

ART. 8

La Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión tiene su sede en la Ciudad del Vaticano

DISPOSICION FINAL

Con la publicación del presente Estatuto en el "Acta Apostolicae Sedis", la Comisión de Cinematografía, Radio y Televisión sucede a la Comisión Pontificia de Cinematografía.

CARTA ENCÍCLICA MIRANDA PRORSUS

Sobre el Cine, la Radio y la Televisión

(8 de septiembre de 1957)

CARTA ENCÍCLICA

MIRANDA PRORSUS

DEL SUMO PONTÍFICE

PÍO XII

SOBRE EL CINE, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN

INTRODUCCIÓN

PREÁMBULO

Los maravillosos progresos técnicos, de que se glorían nuestros tiempos, frutos sí del ingenio y del trabajo humano, son primariamente dones de Dios, Creador del hombre e inspirador de toda buena obra; "no enim solum protulit creaturam, verum etiam prolatam tuetur et fovet".¹

Algunos de estos nuevos medios técnicos sirven para multiplicar las fuerzas y las posibilidades físicas del hombre, otros para mejorar sus condiciones de vida; pero hay aún otros que miran más de cerca a la vida del espíritu y sirven, directamente o mediante una expresión artística, a la difusión de ideas, y ofrecen a millones de personas, en manera fácilmente asimilable, imágenes, noticias, enseñanzas, como alimento diario de la mente, aun en las horas de distracción y de descanso.

Entre las técnicas que se refieren a esta última categoría, han tomado un extraordinario desarrollo, durante nuestro siglo, como todos bien saben, el cine, la radio y la televisión.

MOTIVOS DEL INTERÉS DE LA IGLESIA

Con particular alegría, pero también con vigilante prudencia de Madre, la Iglesia ha tratado desde el principio de seguir los pasos y proteger a sus hijos en el maravilloso camino del progreso de las técnicas de difusión.

Tal solicitud proviene directamente de la misión que le ha confiado el Divino Redentor, porque dichas técnicas -en la presente generación- tienen un poderoso influjo sobre el modo de pensar y de obrar de los individuos y de la comunidad.

Hay también otra razón por la cual la Iglesia muestra un especial interés por los medios de difusión: porque Ella misma, sobre todos los otros, ha de transmitir a los hombres un mensaje universal de salvación: "Mihi omnium sanctorum minimo data est gracia haec, in gentibus evangelizare investigabiles divitias Cristhi, et illuminare omnes, quae sit dispensatio sacramenti abscondidi a saeculis in Deo, qui omnia creavit";² mensaje de incomparable riqueza y potencia que debe recibir todo hombre de cualquier nación o tiempo.

PRECEDENTES DE LA ENCÍCLICA

Así que ninguno podrá maravillarse de que el celo por la salvación de las almas conquistadas "Corruptilibus auro vel argento redempti... sed pretioso sanguine quasi Agni immaculati Christi",³ haya movido en diversas ocasiones a la Suprema Autoridad Eclesiástica a reclamar la atención sobre la gravedad de los problemas que el cine, la radio y la televisión presentan a la conciencia cristiana.

Han pasado más de veinticinco años desde el día en que Nuestro Predecesor de santa memoria dirigió por primera vez, valiéndose "del admirable invento marconiano", un solemne mensaje "a través de los cielos a todas las gentes y a toda criatura".⁴

El mismo gran Pontífice, pocos años después, daba apostólicas enseñanzas sobre el recto uso del cine al Venerable Episcopado de los Estados Unidos con la memorable Encíclica "Vigilanti cura",⁵ declarado "necesario y urgente el procurar que también en esta materia los progresos del arte, de la ciencia y de la misma perfección de la técnica humana, puesto que son verdaderos dones de Dios, se ordenan a la gloria de Dios y a la salvación de las almas, y sirven prácticamente para la dilatación del reino de Dios en la tierra".⁶

Nós mismo, durante Nuestro Pontificado, en diversas ocasiones hemos recordado a los Pastores a las diversas ramas de la Acción Católica y a los educadores, los deberes cristianos relativos a las formas modernas de difusión de los espectáculos. Gustosamente hemos admitido a Nuestra presencia a las varias categorías sociales del mundo del cine, de la radio y de la televisión, para expresarles Nuestra admiración por la técnica y por el arte que cultivan, recordarles los peligros, indicando los altos ideales que deben iluminar su nada fácil e importante oficio.

Ha cuidado también Nuestra paterna solicitud de crear en la Curia Romana una expresa Comisión permanente⁷ con la misión de estudiar los problemas del cine, de la radio y de la televisión, que se relacionan con la fe y la moral, a la cual así los Obispos como las competentes Oficinas puedan dirigirse para pedir consejo y segura orientación en materia tan compleja.

Nos mismo con frecuencia Nos aprovechamos de los modernos medios de difusión, que Nos ofrecen "la posibilidad de perfeccionar la unión espiritual entre rebaño y Pastor", para que Nuestra voz "tenga asegurada en la violenta lucha espiritual de hoy una fuerza de penetración y un eco tal, que pueda responder a los crecientes deberes del sumo apostolado confiado a Nós".⁸

LOS FRUTOS DE LA ENSEÑANZA PONTIFICIA

Grandemente Nos consuela saber que las repetidas exhortaciones de Nuestro Predecesor, de feliz memoria, y las Nuestras que se dirigen a orientar el cine, la radio y la televisión a los fines de la gloria de Dios y del perfeccionamiento humano, han encontrado una grande y fecunda resonancia.

Bajo Vuestra vigilante guía y celoso impulso, Venerables Hermanos, han sido promovidas actividades y obras, en el campo diocesano, nacional e internacional, con miras a un previsor apostolado en esos sectores.

No pocos dirigentes de la vida pública, representantes del mundo industrial y artístico, y numerosos grupos de espectadores católicos, y aun no católicos de buena voluntad, han dado apreciables pruebas de sentido de responsabilidad, haciendo laudables esfuerzos, frecuentemente a costa de no pocos sacrificios, para que en el uso de las técnicas de difusión se eviten los peligros del mal y se respeten los Mandamientos de Dios y los valores de la persona humana.

Sin embargo, por desgracia, debemos repetir con San Pablo: "non omnes obediunt Evangelio",⁹ porque también en este campo el Magisterio de la Iglesia ha encontrado a veces incomprendimientos, y hasta ha sido violentamente combatido de parte de individuos, empujados por un desordenado apetito de lucro, o víctimas de ideas erróneas sobre la realidad de la naturaleza humana, sobre la libertad de expresión y sobre la concepción del arte.

Si la actitud de estas personas Nos llena el alma de amargura, no podemos sin embargo desviarnos de Nuestro deber, y esperamos que también se Nos concederá el reconocimiento, dado a Jesús por sus enemigos: "scimus quia verax es, et viam Dei in veritate doces, et non est tibi cura de aliquo".¹⁰

MOTIVO DE LA ENCÍCLICA

No sólo grandes utilidades, mas desgraciadamente también tremendos peligros pueden nacer de los progresos técnicos que se han realizado y continúan realizándose en los vitalísimos sectores del cine, de la radio y de la televisión.

Estos medios técnicos -que están, puede decirse, al alcance de cualquiera- ejercitan un extraordinario poder sobre el hombre, conduciendo "así al reino de la luz, de lo noble, de lo bello, como a los dominios de las tinieblas y de la depravación, gracias a ultrapotentes y desenfrenados instintos, según que el espectáculo ponga en evidencia y estimule los elementos de uno o de otro campo".¹¹

Como en el desarrollo de las técnicas industriales del siglo pasado no se ha sabido evitar la esclavitud del hombre a la máquina, destinada a servirlo, y generaciones enteras hasta nuestros días deben dolorosamente expiar tales errores; así también hoy, si el desarrollo de los medios técnicos de difusión no se somete "al yugo suave"¹² de la ley de Cristo, corre el peligro de ser causa de infinitos males, tanto más graves, cuanto que no se trata de someter

las fuerzas materiales, sino también las espirituales, privando "a los descubrimientos del hombre de las elevadas utilidades que tenían como fin providencial".¹³

Siguiendo con paterna solicitud de día en día el desarrollo del grave problema y considerando los saludables frutos que ha producido -en el sector del cinematógrafo- durante los últimos dos decenios la ya mencionada Encíclica "Vigilanti Cura", hemos acogido benévolamente la petición, que Nos ha llegado de celosos Pastores y de seglares competentes en estas técnicas, de que diésemos enseñanzas y directivas, por medio de la presente Carta Encíclica, valederas también para la radio y la televisión.

Por tanto, después de haber invocado con insistentes oraciones y por intercesión de la Virgen Santísima, la asistencia del Omnipotente, queremos dirigirnos a vosotros, Venerables Hermanos, cuya solicitud pastoral conocemos, para recordar la doctrina cristiana relacionada con este tema, recomendar providencias necesarias y ayudaros así a guiar con mayor seguridad la grey de Dios, confiada a vuestros cuidados, y a precaverla de los errores y las imprudencias en el uso de los medios audiovisivos, cuya tolerancia traería consigo un grave peligro para la vida cristiana.

PARTE GENERAL

LA "DIFUSIÓN" EN LA DOCTRINA CRISTIANA

Antes de ocuparnos separadamente sobre las cuestiones relativas a los tres grandes medios de difusión -y bien sabemos que la cinematografía, la radio y la televisión constituyen, cada una por sí un hecho cultural con propios problemas artísticos, técnicos y económicos -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 comunicación realizada en gran escala.

Dios, Sumo bien, que difunde incesantemente sus dones, concede generosamente al hombre, que es objeto de particular solicitud, además de los beneficios materiales también los espirituales, subordinando los primeros a los segundos, como la perfección del cuerpo se subordina a la del alma: a la cual antes de comunicarse Él mismo en la visión beatífica, se comunica en la fe y en la caridad que "diffusa est in cordibus nostris per Spiritum sanctum, qui datus est nobis".¹⁴

Deseoso de encontrar en el hombre el reflejo de las propias perfecciones,¹⁵ Dios lo ha asociado a su obra de donación de los valores espirituales llamándolo a ser portador y dispensador de ellos en beneficio del perfeccionamiento individual y social. Pues el hombre, 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, deben todos los instrumentos de comunicación humana realizar el elevado fin de manifestar que los hombres, también en este campo, están al servicio de Dios.

Y para que la actuación del plan divino a través del hombre consiga un éxito más seguro y eficaz, hemos declarado, con Nuestra autoridad apostólica, celestial Patrono del telégrafo, del teléfono, de la radio y de la televisión a San Gabriel Arcángel "que ha traído al género humano... el tan deseado anuncio de la Redención".¹⁶ Nuestro intento era hacer caer en la cuenta de la nobleza de su vocación a cuantos tienen en sus manos los benéficos instrumentos¹⁷ que permiten difundir en el mundo los grandes tesoros de Dios, como buenas semillas, destinadas a producir centuplicado el fruto de la verdad y del bien.

LA DIFUSIÓN DEL MAL

Considerando la finalidad tan elevada y noble de los medios técnicos de difusión, Nos preguntamos frecuentemente: ¿cómo es que también sirven para el mal? " Unde ergo habet zizania?"¹⁸

Ciertamente el mal moral no puede provenir de Dios, perfección absoluta, ni de las mismas técnicas que son dones suyos preciosos, sino solamente del abuso que de ellas hace el hombre, dotado de libertad, el cual perpetrándolo y difundiéndolo a sabiendas, se pone de parte del príncipe de las tinieblas y se hace enemigo de Dios: "Inimicus homo hoc fecit".¹⁹

LIBERTAD DE DIFUSIÓN

Como base de cuanto arriba hemos expuesto, la verdadera libertad consiste en el acertado uso de la difusión de los valores que contribuyen al perfeccionamiento humano.

La Iglesia, depositaria de la doctrina de la salvación y de los medios de santificación, tiene por sí el inalienable derecho de comunicar las riquezas que se le han confiado por disposición divina. A tal derecho corresponde el deber de parte de los poderes públicos de hacerle posible el acceso a las técnicas de difusión.

Los fieles, que conocen el inestimable don de la Redención, deben desplegar todo esfuerzo para que la Iglesia pueda valerse de los inventos técnicos y usarlos para la santificación de las almas.

Al afirmar los derechos de la Iglesia, no queremos ciertamente negar a la sociedad civil el derecho de difundir las noticias y las informaciones que son necesarias o útiles al bien común de la misma sociedad.

También deberá asegurarse a los particulares, según la oportunidad de las circunstancias y salvas las exigencias del bien común, la posibilidad de contribuir al enriquecimiento espiritual de los demás, valiéndose de las técnicas existentes.

ERRORES ACERCA DE LA LIBERTAD DE DIFUSIÓN

Pero es contrario a la doctrina cristiana y a las mismas superiores finalidades de las técnicas de difusión la actitud de quienes tratan de reservar el uso exclusivo de ellos para fines políticos y propagandísticos, o los consideran como un mero negocio económico.

Asimismo no se puede aceptar la teoría de los que a pesar de los desastres morales y materiales causados en el pasado por semejante doctrina, sostienen la llamada "libertad de expresión" no en el noble sentido indicado antes por Nos, sino como libertad para difundir sin ningún control todo lo que a uno se le antoje, aunque sea inmoral y peligroso para la fe y las buenas costumbres.

La Iglesia, que protege y apoya la evolución de todos los verdaderos valores espirituales - así las ciencias como las artes la han tenido siempre como Patrona Y Madre- no puede permitir que se atente contra los valores que ordenan al hombre respecto de Dios, su último fin. Por consiguiente, ninguno debe admirarse de que también en esta materia ella tome una actitud de vigilancia, conforme a la recomendación del Apóstol: "Omnia autem probate: quod bonum est tenete".²⁰

Así que se ha de condenar a cuantos piensan y afirman que una determinada forma de difusión puede ser usada, avalorada y exaltada, aunque falte gravemente al orden moral con tal de que tenga renombre artístico y técnico. "Es verdad que a las artes -como hemos recordado con ocasión del V centenario de la muerte del Angélico- para ser tales no se les exige una explícita misión ética o religiosa". Pero "si el lenguaje artístico se adaptase, con sus palabras y cadencias, a espíritus falsos, vacíos y turbios, es decir, no conformes al designio del Creador; si, antes que elevar la mente y el corazón hacia nobles sentimientos, excitase las pasiones más bajas; hallaría con frecuencia resonancia y acogimiento, aun sólo en virtud de la novedad, que no es siempre un valor, y de la parte exigua de realidad que contiene todo lenguaje. Sin embargo, un arte tal se degradaría a si mismo, haciendo traición a su aspecto primordial y esencial, ni sería universal-perenne, como el humano espíritu, a quien se dirige".²¹

OBLIGACIONES DE LOS PODERES PÚBLICOS Y DE LOS GRUPOS PROFESIONALES

La autoridad civil está obligada a vigilar los medios de difusión, mas tal vigilancia no puede limitarse a la defensa de los intereses políticos y eximirse, sin grave culpa, del deber de salvaguardar la moralidad pública, cuyas primeras y fundamentales formulaciones son normas de la ley natural que esta escrita en todos los corazones y habla en todas las conciencias.²²

La misma vigilancia del Estado no puede considerarse como una injusta opresión de la libertad del individuo, porque se ejercita, no en el círculo de la autonomía personal, sino sobre una función social cual es esencialmente la difusión.

Es muy verdadero que el espíritu de nuestro tiempo -como hemos dicho en otra ocasión-, que no sufre más de lo justo la intervención de los poderes públicos, preferiría una defensa que partiese directamente de la colectividad";²³ pero esta intervención, en forma de autocontrol, ejercitada por los mismos grupos profesionales interesados no suprime el deber de vigilancia de parte de las autoridades competentes, aun en el caso de que pueda prevenir laudablemente la intervención de éstas, haciendo prevalecer la observancia del orden moral en la fuente misma de la obra difusiva.

Sin menoscabar las competencias del Estado, Nuestro Predecesor, de feliz memoria, y Nos mismo hemos alentado las intervenciones preventivas de los grupos profesionales.

Solamente un interés solidario y positivo por las técnicas de difusión y por su recto uso, así de parte de la Iglesia como del Estado y de los profesionales, permitirá a las mismas técnicas llegar a ser instrumentos constructivos de formación de la personalidad de quien goza de ellas, mientras que si se dejan sin control o dirección precisa, favorecerán el descenso de nivel cultural y moral de las masas.

CARACTERÍSTICAS DE LA "DIFUSIÓN" A TRAVÉS DE LAS TÉCNICAS AUDIO-VISIVAS

Entre las diversas técnicas de difusión, ocupan hoy un puesto de particular importancia - como hemos dicho al comienzo de este documento- las técnicas llamadas "audio-visivas" que permiten comunicar un mensaje en grandes proporciones a través de la imagen y del sonido.

Tal forma de transmisión de los valores espirituales es perfectamente conforme con la naturaleza del hombre: "Est autem naturale homini, ut per sensibilia ad intelligibilia veniat; quia omnis nostra cognitio a sensu initium habet".²⁴ Más aún, el sentido visivo, siendo más noble, más digno que los otros sentidos,²⁵ conduce más fácilmente al conocimiento de la realidad espiritual.

Las tres principales técnicas audio-visivas de difusión: el cine, la radio y la televisión, no son por consiguiente simples medios de recreación y de entretenimiento (aunque gran parte de los auditores y de los espectadores los consideren preferentemente bajo este aspecto), sino de verdadera y propia transmisión de valores humanos, sobre todo espirituales, y por tanto pueden constituir una forma nueva y eficaz de promover la cultura en el seno de la sociedad moderna.

Bajo ciertos aspectos, las técnicas audio-visivas, más que el libro, ofrecen la posibilidad de colaboración y de intercambio espiritual, instrumento de civilización común entre todos los pueblos del globo; perspectiva tan querida para la Iglesia, que siendo universal, desea la unión de todos en la posesión común de valores auténticos.

Para realizar tan elevada finalidad el cine, la radio y la televisión deben servir a la verdad y al bien.

AL SERVICIO DE LA VERDAD Y DEL BIEN

Deben servir a la verdad para estrechar mis fuertemente los lazos entre los pueblos, la mutua comprensión, la solidaridad en las pruebas, la colaboración entre los poderes públicos y los ciudadanos.

Servir a la verdad significa no solamente apartarse de la falsedad y del engaño, sino evitar también aquellas actitudes tendenciosas y parciales que podrían fomentar en el público conceptos erróneos de la vida y del comportamiento de los hombres.

Ante todo debe considerarse como sagrada la verdad revelada por Dios. Más aún, ¿no sería la más elevada vocación de las técnicas de difusión hacer que todos conozcan "la fe en Dios y en Cristo", "aquella fe que es la única que puede dar a millones de hombres la fuerza para soportar con serenidad y fortaleza las indecibles pruebas y angustias de la hora presente"?²⁶

A la tarea de servir a la verdad debe unirse el esfuerzo de contribuir al perfeccionamiento moral del hombre. Las técnicas audiovisivas pueden contribuir en tres importantes sectores: la información, la enseñanza y el espectáculo.

INFORMACIÓN

Toda información, con tal que sea objetiva, como decíamos al Comité de Coordinación para la información pública de la ONU, tiene un fundamental aspecto moral: "L'aspect moral de toute nouvelle jetée dans le public ne doit jamais être négligé, car le rapport le plus objectif implique des jugements de valeur et suggère des décisions. L'informateur digne de ce nom doit n'accabler personne, mais chercher à comprendre et à faire comprendre les échecs, même les fautes commises. Expliquer n'est pas nécessairement excuser, mais c'est déjà suggérer le remède, et faire par conséquent une oeuvre positive et constructive".²⁷

ENSEÑANZA

Con mayor razón se puede decir lo mismo de la enseñanza, a la cual el film didáctico, la radio y más aún la televisión escolar, ofrecen posibilidades nuevas e inesperadas, no sólo para los jóvenes, mas también para los adultos. Sin embargo, el uso en la enseñanza de estos nuevos y prometedores medios técnicos, no debe estar en desacuerdo con los imprescriptibles derechos de la Iglesia y de la familia en el campo de la educación de la juventud.

En particular quisiéramos esperar que las técnicas de difusión, ya en manos del Estado, ya confiadas a las iniciativas privadas, no se hagan reos de una enseñanza sin Dios.

Por desgracia sabemos que en ciertas naciones, dominadas por el comunismo ateo, los medios audio-visivos son usados hasta en las escuelas para propaganda contra la religión. Esta forma de opresión de las conciencias juveniles, privada de la verdad divina, liberadora de los espíritus,²⁸ es uno de los aspectos más innobles de la persecución religiosa.

En cuanto depende de Nos, deseamos que en la enseñanza católica sean oportunamente empleados los medios audio-visivos para completar la formación cultural y profesional y "sobre todo... la formación cristiana; base fundamental de todo progreso auténtico".²⁹ Más aún queremos expresar Nuestra satisfacción a cuantos, educadores y maestros, emplean acertadamente el film, la radio y la televisión para un fin tan noble.

ESPECTÁCULO

Finalmente, el tercer sector, en el cual las técnicas audio-visivas de difusión pueden servir poderosamente a una causa del bien, es el del espectáculo.

El espectáculo generalmente comprende también elementos de información y de instrucción. Nuestro Predecesor, de feliz memoria, no ha dudado en llamar al cine "Rerum scholae".³⁰ Mas el espectáculo añade a estos elementos una presentación en figuras y sonidos y una trama que se dirige no solamente a la inteligencia sino a todo el hombre, subyugando sus facultades emotivas, e invitándolo a una participación personal en la acción presentada.

Aun utilizando los diversos géneros de espectáculos hasta ahora conocidos, la cinematografía, la radio y la televisión ofrecen nuevas posibilidades de expresión artística y por esto un específico género de espectáculo, destinado no ya a un grupo escogido de espectadores, mas a millones de hombres, diversos en edad, ambiente, cultura.

EDUCACIÓN DE LAS MASAS

Para que el espectáculo en tales condiciones pueda cumplir su función, es necesario un esfuerzo educativo que prepare al espectador a comprender el lenguaje propio de cada una de estas técnicas, y a formarse una conciencia recta que permita juzgar con madurez los varios elementos ofrecidos por la pantalla y por el altavoz, para que no tenga que sufrir pasivamente su influjo, como sucede con frecuencia.

Ni una sana recreación, "que ha llegado a ser al presente -como decía Nuestro Predecesor, de feliz memoria- una necesidad para la gente que se cansa en las ocupaciones de la vida",³¹ ni el progreso cultural pueden ser plenamente asegurados, sino con esta obra educativa iluminada por los principios cristianos.

La necesidad de dar semejante educación al espectador ha sido vivamente sentida por los católicos en los últimos años y son hoy numerosas las iniciativas que tienden a preparar tanto a los adultos cuanto a la juventud para que valoren mejor los lados positivos y negativos del espectáculo.

Esta preparación no puede servir de pretexto para ver espectáculos moralmente ruinosos, sino que debe enseñar a seleccionar los programas en conformidad con la doctrina de la Iglesia y con las indicaciones relativas a su valor moral y religioso, emanadas de las competentes Oficinas Eclesiásticas.

Dichas iniciativas, si siguen las normas de la educación cristiana y son conducidas con competencia didáctica y cultural, merecen no solamente Nuestra aprobación, sino también Nuestro más entusiasta aliento para que sean introducidas y fomentadas en las escuelas y en las universidades, en las Asociaciones Católicas y en las parroquias.

La formación de una consciente asistencia a los espectáculos hará disminuir los peligros morales, mientras permitirá al cristiano aprovechar todo nuevo conocimiento del mundo que le será ofrecido por el espectáculo, para levantar el espíritu a la meditación de las grandes verdades de Dios.

Queremos dirigir, una palabra de especial complacencia a los misioneros, que conocedores de su deber de salvaguardar la integridad del rico patrimonio moral de los pueblos por cuyo bien se sacrifican, procuran iniciar a los fieles en el recto uso del cine, de la radio y de la televisión haciendo de esta manera que se conozcan prácticamente las verdaderas conquistas de la civilización. Vivamente deseamos que su esfuerzo en este sector sea apoyado tanto por las competentes autoridades eclesiásticas, cuanto por las gubernativas.

ESPECTÁCULOS PARA LA JUVENTUD

Pero la obra sola de educación no es suficiente. Se necesita que los espectáculos sean proporcionados al grado de desarrollo intelectual, emotivo y moral de cada una de las edades.

Este problema ha llegado a ser particularmente urgente cuando con la radio y sobre todo con la televisión, el espectáculo ha penetrado en el mismo hogar familiar, amenazando los diques saludables con que la sana educación protege la tierna edad de los hijos, para que puedan adquirir la virtud necesaria antes de afrontar las tempestades del siglo. A tal propósito escribíamos a los Obispos de Italia hace tres años: "¿cómo no horrorizarse ante el pensamiento de que mediante la televisión pueda introducirse dentro de las mismas paredes domésticas aquella atmósfera envenenada de materialismo, de necesidad, de hedonismo, que con demasiada frecuencia se respira en tantas salas cinematográficas?"³²

Nos son conocidas las iniciativas promovidas por competentes autoridades y por entidades educativas para preservar la juventud del pernicioso influjo de los espectáculos demasiados frecuentes o no adaptados a su edad. Todo esfuerzo realizado en este campo merece estímulo, con tal de que se tenga en cuenta que mucho más graves que las perturbaciones fisiológicas y psicológicas son los peligros morales a que se exponen los espíritus jóvenes; peligros que constituirán -si no se toman las precauciones oportunas- una verdadera y propia amenaza para la sociedad.

A los jóvenes va Nuestra paterna y confiada exhortación de que se ejerciten, respecto a la asistencia a los espectáculos, en la prudencia y temperancia cristiana. Ellos deben dominar su innata curiosidad de ver y de oír, y conservar libre su corazón para las alegrías del espíritu.

OBRA DE LA IGLESIA-OFICINAS NACIONALES

Ante tan grandes posibilidades y ante tan graves peligros de las técnicas audio-visivas de difusión, la Iglesia pretende cumplir plenamente su misión que no es directamente de orden cultural, sino pastoral y religioso.³³

Para responder a este fin, Pío XI, de venerada memoria, recomendaba a los Obispos establecer en todas las naciones una "oficina permanente nacional de revisión que pueda promover las buenas películas, clasificar las otras y hacer llegar este juicio a los sacerdotes y a los fieles", y dirigir al mismo tiempo todas las actividades de los católicos en el campo del cinematógrafo.³⁴

Nos, después de considerar con toda madurez las perspectivas apostólicas que estas técnicas ofrecen, y la necesidad de defender la moralidad del pueblo cristiano, por desgracia demasiado frecuentemente amenazado del espectáculo corruptor, deseamos que en todas las naciones, donde tales Oficinas no existan todavía, sean establecidas sin tardanza y sean confiadas a personas competentes bajo la dirección de un sacerdote escogido por los Obispos.

Recomendamos además que en cada nación las respectivas Oficinas para la cinematografía, la radio y la televisión -cuando no dependen de una única entidad- colaboren entre sí; y que los fieles, y sobre todo los miembros de las Asociaciones Católicas, sean debidamente instruidos en la necesidad de asegurar con el apoyo común el eficaz funcionamiento de estas Oficinas.

Y porque muchos problemas con los cuales deben enfrentarse en cada una de las naciones, no podrán encontrar una conveniente solución, será sumamente útil que las Oficinas nacionales den su adhesión a las Organizaciones internacionales competentes, aprobadas por la Santa Sede.

No dudamos que los sacrificios que posteriormente os impondrá la realización de estas disposiciones Nuestras, serán compensados por frutos abundantes con tal de que se observen las recomendaciones que deseamos dar ahora separadamente con respecto al cine, a la radio y la televisión.

PARTE ESPECÍFICA

EL CINEMATÓGRAFO

El cinematógrafo, después de sesenta años de su invención, ha llegado a ser uno de los medios expresivos más importantes de nuestro tiempo.

Hemos tenido ya ocasión de hablar de las diversas etapas de su desarrollo y de las razones del atractivo que ejerce sobre el espíritu del hombre moderno.³⁵ Tal desarrollo se ha verificado con particularidad en películas de argumento, dando origen a una importante industria, que depende no solamente de la colaboración de numerosos artistas y técnicos diversamente competentes, sino de problemas económicos y sociales complejos, que personas particulares difícilmente podrían afrontar y resolver.

No será pues posible lograr que el cine sea "un instrumento positivo de elevación, de educación y de mejoramiento",³⁶ sin la escrupulosa colaboración de todos los que tienen una parte de responsabilidad en la producción y difusión de los espectáculos cinematográficos.

Hemos declarado ya en otra oportunidad los elementos que constituyen un "film ideal", cuando Nos dirigíamos a los que están interesados en "el mundo del cinematógrafo", invitándolos a realizar el alto fin de su vocación. ³⁷

Será cuidado vuestro, Venerables Hermanos, que, utilizando las Oficinas nacionales permanentes -que actúan bajo vuestra autoridad y dirección- no falten a las diversas entidades interesadas en ello, las informaciones, consejos e indicaciones que las diversas circunstancias de tiempo y lugar requieran, a fin de realizar, en el campo del cine, el ideal que Nos hemos indicado para bien de las almas.

LA CLASIFICACIÓN MORAL

Para conseguir este fin, se habrán de publicar regularmente, para información y guía de los fieles, los juicios morales que sobre los espectáculos cinematográficos dará una comisión especial³⁸ compuesta de personas de doctrina segura y de vasta experiencia, bajo la responsabilidad de la Oficina nacional.

Los que componen la comisión de revisión deben prepararse con estudios apropiados y con la oración, para asumir la responsabilidad de tan delicado encargo, a fin de juzgar con competencia acerca del valor moral de las obras cinematográficas y sobre el influjo que podrán ejercer en los espectadores de su nación.

Para juzgar el contenido y la presentación de una película, inspírense los revisores en las normas que Nos hemos expuesto en los mencionados Discurso sobre "el film ideal", y en particular tengan en cuenta las que se refieren a películas de argumento religioso, a la presentación del mal y al respeto que se debe tener de la persona humana, de la familia y de su santidad, como también de la Iglesia y de la sociedad civil.

Recuerden, además, que uno de los fines principales de la clasificación moral, es el de ilustrar la opinión pública y el de educarla para que respete y aprecie los valores morales, sin los cuales no podrían existir ni verdadera cultura, ni civilización. Culpable sería por tanto toda suerte de indulgencia para con cintas que, aunque ostenten méritos técnicos, ofenden, sin embargo el orden moral, o que respetando aparentemente las buenas costumbres, contienen elementos contrarios a la fe católica.

Los juicios morales, al indicar claramente qué películas se permiten a todos y cuáles son nocivas o positivamente malas, darán a cada uno la posibilidad de escoger los espectáculos de los cuales habrá de salir "más alegre, más libre y, en su interior, mucho mejor de cuando entró"³⁹ y harán que evite los que podrían ser dañosos para su alma, daño que será más grave aún por hacerse responsable de favorecer las producciones malas y por el escándalo que da con su presencia.

Renovando las instancias que hacia Nuestro Predecesor de feliz memoria en la Encíclica *Vigilanti cura*⁴⁰ recomendamos vivamente que se invite a los fieles, donde esto es posible, y después de preparación adecuada, a que renueven el compromiso personal que tienen todos los católicos de observar fielmente la obligación de informarse sobre los juicios morales y de conformar con ellos su conducta. A este fin, donde los Obispos lo juzgaren oportuno, podrá destinarse útilmente un domingo del año para promover oraciones e instrucciones a los fieles sobre sus deberes con respecto a los espectáculos y particularmente en relación con el cine.

Para que todos puedan gozar del beneficio de los juicios morales, es necesario que las indicaciones se publiquen oportunamente, estén debidamente motivadas y se difundan ampliamente.

EL CRÍTICO CINEMATOGRAFICO

Muy útil será en esta materia la actuación del crítico cinematográfico católico, quien no dejará de acentuar los valores morales, mirando bien que dichos juicios habrán de ser una directiva segura para evitar el peligro de deslizarse a un relativismo moral o de confundir la jerarquía de valores.

Muy lamentable sería que los diarios y publicaciones católicas, al hablar sobre los espectáculos, no dieran información a sus lectores sobre el valor moral de los mismos.

LOS EMPRESARIOS

No solo sobre los espectadores que con el billete de entrada, a manera de voto, eligen entre el cine bueno y el malo, pesa una grande responsabilidad, sino también sobre los empresarios de salones de cine y sobre los distribuidores de películas.

Nos son conocidas las dificultades que deben superar en la actualidad los empresarios, por muchas razones y también a causa de la televisión, pero aun en medio de circunstancias difíciles, deben recordar que su propia conciencia no les permite presentar cintas contrarias a la fe y a la moral, ni aceptar contratos que les obliguen a proyectarlas. En muchos países existe el laudable compromiso de no aceptar películas que son tenidas como dañosas o malas: esperamos que una iniciativa tan sumamente oportuna se propagara por todas partes, y que ningún empresario católico dudará de dar su adhesión.

Debemos llamar la atención sobre la obligación grave de excluir la publicidad insidiosa e indecente, aunque se haga, como a veces sucede, en favor de películas no malas. "¿Quién podrá decir los daños que tal clase de imágenes puede producir en las almas, especialmente de los jóvenes, y los pensamientos y sentimientos impuros que pueden provocar y el grado en que contribuyen a la corrupción del pueblo, con grave perjuicio de la prosperidad misma de la nación?".⁴¹

SALONES CATÓLICOS

Es obvio que los salones de cine que dependen de la autoridad eclesiástica, al estar obligados a asegurar a los fieles, y particularmente a la juventud, espectáculos educativos en un ambiente sano, no podrán menos de presentar cintas intachables desde el punto de vista moral.

Los obispos, al mismo tiempo que vigilan cuidadosamente la actividad de estos salones abiertos al público, aun a cargo de religiosos exentos, recordarán a los eclesiásticos responsables, que para cumplir el fin de su apostolado, tan recomendado por la Santa Sede, es necesario que, por su parte, observen escrupulosamente las normas dadas a este fin y que tengan espíritu de desinterés. Es muy de recomendar que los salones católicos se unan en

asociaciones -como ya se ha hecho laudablemente en algunas naciones- para poder tutelar con más eficacia los intereses comunes, poniendo en práctica las directivas de la Oficina nacional.

LA DISTRIBUCIÓN

Las recomendaciones que hemos hecho a los empresarios, han de aplicarse también a los distribuidores, quienes porque no raras veces financian las mismas producciones, tendrán mayor posibilidad y por tanto estarán más obligados a dar su apoyo al cine moralmente sano. En efecto, la distribución no puede ser considerada de ningún modo como una mera función técnica, ya que el film -como lo hemos recordado repetidas veces- no es una simple mercancía, sino un alimento espiritual y una escuela de formación espiritual y moral de las masas. Así pues, el que distribuye, el que alquila, participarán en los méritos y responsabilidades morales con respecto al bien o al mal que pueda causar el cinematógrafo.

LOS ACTORES

No pequeña parte de responsabilidad en el mejoramiento del cine, compete también al actor, quien respetando su dignidad de hombre y de artista no puede prestarse a interpretar escenas licenciosas, ni cooperar en una película inmoral. Una vez que el actor logre distinguirse por su arte y por su talento, debe servirse de su fama merecidamente ganada, para despertar en el público nobles sentimientos, dando, ante todo, en su vida privada ejemplo de virtud. "Es muy comprensible -decíamos Nos mismo en un discurso a los artistas- la emoción intensa de alegría y noble orgullo que invade vuestro ánimo delante del público intensamente dirigido hacia vosotros, anhelante, que os aplaude y se estremece".⁴² Un sentimiento tan legítimo, no puede, con todo, autorizar al actor cristiano a que acepte de parte de un público inconsciente, manifestaciones rayanas muchas veces en idolatría, teniendo para ellos valor la advertencia del Salvador: "Sic luceat lux vuestra coram hominibus: ut videant opera vestra bona, et glorificent Patrem vestrum qui in caelis est".⁴³

PRODUCTORES Y DIRECTORES

Aunque en planos diversos, la responsabilidad más grande recae sobre los productores y directores. La conciencia de tal responsabilidad, no debe ser óbice sino estímulo para los hombres de buena voluntad que disponen de recursos financieros y de talentos que se requieren para la producción de las películas.

Con frecuencia las exigencias del arte impondrán a los responsables de la producción y dirección, problemas difíciles en punto a moral y religión, que exigirán así para el bien espiritual de los espectadores como para la perfección de la obra misma, un adecuado criterio y dirección aun antes de que la película se realice o durante su realización.

No duden, por consiguiente, en pedir consejo a la Oficina católica competente, que con gusto estará a su disposición y aun delegará si fuere necesario y con las debidas cautelas, un experto consejero religioso. La confianza en la Iglesia, no disminuirá, ciertamente, su autoridad y su prestigio. "La fe defenderá, hasta lo último, la personalidad del hombre",⁴⁴ y

aun en el campo de la creación artística la personalidad humana no podrá menos de enriquecerse y completarse, a la luz de la doctrina cristiana y de las rectas normas morales.

Sin embargo, no será permitido a los eclesiásticos que presten su colaboración a los productores cinematográficos sin especial encargo de los Superiores, pues como es obvio para tal asesoría, se requieren competencia especial y adecuada preparación, cuya estimación no puede quedar al arbitrio de los particulares.

Pedimos a los productores y directores católicos, que no permitan la realización de películas contrarias a la fe y a la moral cristiana: pero si esto sucediere (quod Deus advertat) los Obispos no dejarán de amonestarlos, empleando si fuera menester, oportunas sanciones.

Pero estamos convencidos de que el remedio más radical para encaminar eficazmente el cine hacia la altura del "film ideal" se cifra en que se profundice la formación cristiana de cuantos participan en la producción de las obras cinematográficas.

Acérquense los autores de las películas a las fuentes de la gracia, asimilense la doctrina del Evangelio, adquieran conocimiento de cuanto la Iglesia enseña sobre la realidad de la vida, sobre la felicidad y sobre la virtud, sobre el dolor y el pecado, sobre el cuerpo y el alma, como sobre los problemas sociales y las aspiraciones humanas, y entonces podrán ver cómo se abren ante sus ojos, caminos nuevos y luminosos e inspiraciones fecundas para realizar obras que tengan atractivo y valor perdurable.

Será, pues, necesario favorecer el que se multipliquen las iniciativas y las manifestaciones destinadas a desarrollar e intensificar su vida interior, teniendo cuidado, ante todo, de la formación cristiana de los jóvenes que se preparan a la profesión cinematográfica.

Al terminar estas consideraciones específicas sobre el cinematógrafo, exhortamos a la autoridad civil a no prestar ninguna clase de ayuda a la producción o programación de películas de moralidad deficiente y sí mas bien a propiciar con medidas apropiadas las producciones cinematográficas sanas, especialmente las que se dirigen a la juventud. Puesto que el Estado invierte grandes sumas para fines educativos, debe empeñarse seriamente en la solución positiva de un problema educativo de tanta importancia.

En algunos países, y con ocasión de Exposiciones internacionales se suele adjudicar, con mucho provecho, premios adecuados a las cintas que se distinguen por su valor espiritual y educativo: esperamos, pues, que Nuestras advertencias habrán de contribuir a unir las fuerzas del bien, para que las películas que lo merezcan, reciban el premio del reconocimiento y apoyo de todos.

LA RADIO

Con no menos solicitud deseamos exponeros, Venerables Hermanos, Nuestras preocupaciones relativas a otro gran medio de difusión, contemporáneo del cine, es a saber, la radio.

Aunque no disponga de la riqueza de elementos espectaculares y de las ventajosas condiciones de ambiente de que goza el cinematógrafo, la radio posee, sin embargo, grandes posibilidades aun no completamente explotadas.

"La radio -como decíamos al personal de una empresa radiofónica- tiene el privilegio de estar libre y desasida de las condiciones de espacio y tiempo que impiden o entorpecen los medios de comunicación entre los hombres. Con ala infinitamente más veloz que la de las ondas sonoras y rápidas como la luz, en un instante y superando todas las fronteras, lleva los mensajes que se le confían".45

Perfeccionada continuamente con nuevos progresos, presta incalculables servicios en los varios campos de la técnica, llegando hasta lograr dirigir de lejos mecanismos sin piloto hacia metas precisas. Con todo, creemos que el más noble servicio que está llamada a prestar, es el de iluminar y educar al hombre, dirigiendo su mente y su corazón a esferas cada vez más altas del espíritu.

Oír la voz humana y poder seguir acontecimientos lejanos, permaneciendo dentro de las paredes domésticas, participando a distancia en las manifestaciones más variadas de la vida social y cultural, son cosas que responden a un profundo deseo humano.

No es pues de maravillar que muchas casas hayan sido dotadas rápidamente de aparatos de radio, los cuales permiten abrir una ventana sobre el ancho mundo, de donde le llegan, de día y de noche, ecos de la actividad que palpita en las diversas culturas, lenguas y naciones, bajo la forma de innumerables programas ricos en noticias, entrevistas, conferencias, transmisiones de actualidad y de arte, de canto y de música.

"-Qué privilegio y qué responsabilidad -decíamos en reciente discurso- para los hombres del presente siglo, y qué diferencia con los días lejanos en que la enseñanza de la verdad, el precepto de la fraternidad, las promesas de la bienaventuranza eterna, seguían el paso lento de los Apóstoles sobre los ásperos senderos del viejo mundo. Hoy, en cambio, la llamada de Dios puede abarcar en un mismo instante a millones de hombres!".46

Es cosa muy excelente que los fieles se aprovechen de este privilegio de nuestro siglo y disfruten de las riquezas de la instrucción, de la diversión, del arte y de la misma palabra de Dios, que la radio les puede proporcionar para dilatar sus conocimientos y sus corazones.

Bien saben todos, cuanta virtud educativa pueden tener las buenas emisiones; pero al mismo tiempo, el uso de la radio entraña responsabilidades, porque al igual que otras técnicas, puede ser empleada así para el bien como para el mal. Se puede aplicar a la radio la palabra de la Escritura "In ipsa benedicimus Deum et Patrem: et in ipsa maledicimus homines, qui ad similitudinem Dei facti sunt. Ex ipso ore procedit benedictio et maledictio".47

DEBERES DEL RADIOESCUCHA

Por consiguiente, el primer deber de quien escucha la radio, es el de una cuidadosa selección de los programas. La transmisión radiofónica no debe ser un intruso sino un

amigo que entra en el hogar, consciente y libremente invitado. -Desgraciado quien no sabe escoger los amigos que introduce en el santuario de la familia! Las transmisiones que tienen cabida en la casa deben ser sólo las portadoras, de verdad y de bien, que no desvían sino que más bien ayudan a los miembros de la familia en el cumplimiento de los propios deberes personales y sociales y que, tratándose de jóvenes y niños, lejos de ser nocivas, refuerzan y prolongan la obra sanamente educativa de los padres y de la escuela.

Las Oficinas católicas radiofónicas nacionales, de las que ya hemos hablado en esta Encíclica, ayudadas por la prensa católica, tratarán de tener informados previamente a los fieles sobre el valor de las transmisiones. Dichas indicaciones previas, con todo, no será posible hacerlas en todas partes y con frecuencia tendrán un valor meramente indicativo, ya que algunos programas no se pueden conocer con anticipación.

Por esta razón, los pastores de almas recuerdan a los fieles que la ley de Dios prohíbe escuchar transmisiones dañosas para la fe y las buenas costumbres y exhorten a los que tienen cuidado de la juventud, para que vigilen y para que procuren educar el sentido de la responsabilidad acerca del uso del aparato de radio que tienen en casa.

Además, los Obispos, tienen el deber de poner en guardia a los fieles con respecto a las emisoras que notoriamente propugnan principios contrarios a la fe católica.

El segundo deber de quien escucha la radio, es el de llevar a conocimiento de los responsables de los programas radiales, sus legítimos deseos y sus justas objeciones. Este deber se deduce claramente de la naturaleza misma de la radio, que puede fácilmente crear una relación "en dirección única" entre el emisor y el escucha.

Los métodos modernos de sondeo de la opinión pública, al mismo tiempo que permiten medir el grado de interés que suscitan determinadas transmisiones, son ciertamente de gran ayuda para los responsables de los programas; pero el interés más o menos vivo que se despierta en el público, con frecuencia puede deberse a causas transitorias o a impulsos no razonados, y por tanto no deben considerarse como norma segura de conducta.

Deben, pues, los que oyen la radio, colaborar a que se forme una opinión pública ilustrada, capaz de expresar debidamente su aprobación junto con sus objeciones o su voz de ánimo, contribuyendo a que la radio, de acuerdo con su misión educadora, se ponga "al servicio de la verdad, de la moralidad, de la justicia y del amor".⁴⁸

Es esta una tarea que toca a todas las Asociaciones católicas, que han de empeñarse en defender eficazmente los intereses de los fieles en este campo. En países donde las circunstancias lo aconsejen, se podrá promover, además entre los oyentes y los espectadores asociaciones a propósito, vinculadas con las Oficinas nacionales.

Es un deber, finalmente, de los radio-oyentes, apoyar las buenas transmisiones, ante todo aquellas que llevan a Dios al corazón humano. En nuestros días, cuando sobre las ondas se agitan violentamente doctrinas erróneas, cuando con interferencias se crea de propósito en el éter "una cortina de hierro" sonora, con el fin de impedir que por esta vía penetre la verdad que podría sacudir la tiranía del materialismo ateo, cuando millones de hombres

esperan aún el alba de la buena nueva o una instrucción más amplia sobre su fe, y cuando los enfermos o los que se hallan impedidos en alguna forma, esperan ansiosamente poder unirse a las oraciones de la comunidad cristiana o al Sacrificio de Cristo ¿cómo podrían los fieles y sobre todo los que conocen las ventajas de la radio por una experiencia diaria, no mostrarse generosos favoreciendo tales programas?

LOS PROGRAMAS RELIGIOSOS

Bien sabemos cuánto se ha hecho y se hace en las diversas naciones para desarrollar los programas católicos en la radio. Muy numerosos son, gracias a Dios, los eclesiásticos y los seculares, que han tomado la iniciativa en este campo, asegurando a las transmisiones católicas la primacía que corresponde a los valores religiosos sobre los demás intereses humanos.

Considerando, pues, atentamente, las posibilidades que ofrece la radio para el apostolado e impulsados por el mandato del Redentor Divino: "Euntes in mundum universum praedicate Evangelium omni creaturae",⁴⁹ os pedimos, Venerables Hermanos, que incrementéis y perfeccionéis cada vez más las transmisiones religiosas según las necesidades y posibilidades locales.

Y porque la digna presentación de las funciones religiosas por medio de la radio, como también de las verdades de la fe y las informaciones sobre la vida de la Iglesia, exigen, además de la vigilancia debida, talento y competencia especial, es indispensable preparar cuidadosamente a los sacerdotes y laicos destinados a tan importante actividad.

A tal fin, en los países donde los católicos disponen de equipos modernos y tienen más larga experiencia, organicen oportunamente cursos adecuados de adiestramiento que permitan a los candidatos, aun de otras naciones, adquirir la habilidad profesional necesaria para asegurar a las transmisiones religiosas un nivel artístico y técnico elevado.

Provean esas mismas Oficinas nacionales al desarrollo y a la coordinación de los programas religiosos en el propio país, colaborando en cuanto sea posible, con los que tienen bajo su responsabilidad las diversas emisoras para vigilar cuidadosamente la moralidad de los programas.

Por lo que hace a la participación de los eclesiásticos en las transmisiones de radio o de televisión, aun tratándose de religiosos exentos, los Obispos podrán dictar normas oportunas encargando a las Oficinas nacionales que velen por su ejecución.

EMISORAS CATÓLICAS

Enviamos una especial voz de aliento a las estaciones radiofónicas católicas. No ignorando las numerosas dificultades que deben afrontar, tenemos la confianza de que unidas en estrecha colaboración, continuarán animosamente su obra apostólica que Nòs tanto apreciamos.

Nòs mismo hemos procurado ampliar y perfeccionar Nuestra benemérita Radio Vaticana, cuya actividad -como hemos dicho a los generosos católicos holandeses- responde "al deseo íntimo y a la necesidad vital de todo el orbe católico".50

LOS RESPONSABLES DE LOS PROGRAMAS

Dirigimos, también y con muy buena voluntad a los que tienen la responsabilidad de los programas radiales, Nuestro agradecimiento por la comprensión que muchos de ellos han manifestado, poniendo gustosamente a disposición de la Palabra de Dios, el espacio de tiempo oportuno y los medios técnicos necesarios. De esta manera tendrán participación en los méritos del apostolado que se desarrolla por medio de las ondas de sus emisoras, según la promesa del Señor "Qui recipit prophetam in nomine prophetarum, mercedem prophetarum accipiet".51

En nuestros días las transmisiones de calidad exigen que se emplee un verdadero arte; por tanto los directores y cuantos toman parte en la preparación y ejecución de los programas deben poseer una vasta cultura. También a estos dirigimos la advertencia que hacíamos a los profesionales del cinematógrafo, de que se aprovechen ampliamente de las riquezas de la cultura cristiana.

Los Obispos, recuerden, finalmente a las autoridades civiles sus respectivos deberes a fin de garantizar debidamente la difusión de las transmisiones religiosas, teniendo en cuenta particularmente el carácter sagrado de los días festivos, como también las necesidades espirituales diarias de los fieles.

LA TELEVISIÓN

Queremos detenernos, por último, brevemente, en la televisión, que ha obtenido, precisamente bajo Nuestro Pontificado, un desarrollo prodigioso en algunos países, y se ha introducido gradualmente también en todas las demás naciones.

Este desarrollo, que es sin duda alguna una etapa importante en la historia de la humanidad, lo hemos seguido con vivo interés, al mismo tiempo que con vivas esperanzas y serias preocupaciones, elogiando, desde un principio, ya sus ventajas y nuevas posibilidades, ya previniendo sus peligros y posibles abusos.

La televisión goza de muchas prerrogativas propias del cinematógrafo, en cuanto que ofrece un espectáculo palpitante de vida y de movimiento, y aun se sirve no raras veces de películas. Bajo otros aspectos, participa de la naturaleza y de las funciones de la radio, dirigiéndose al espectador más que en las salas públicas, en el recinto de su propia casa.

No hace falta que repitamos las recomendaciones hechas a propósito del cine y de la radio, sobre los deberes de los espectadores, de los oyentes, de los productores y de las autoridades públicas. Ni siquiera es necesario renovar Nuestras advertencias acerca del cuidado que se ha de tener en la preparación e incremento de los programas religiosos.

LOS PROGRAMAS CATÓLICOS

Tenemos conocimiento del interés con que un gran público sigue las transmisiones católicas en la televisión. Es cosa obvia que participar por televisión a la Santa Misa -como lo decíamos hace algunos años⁵²- no es lo mismo que la asistencia física al Sacrificio Divino que se requiere para satisfacer al precepto festivo. No obstante, los abundantes frutos de fe y de santificación de las almas que, gracias a la televisación de ceremonias litúrgicas, recogen quienes no pueden asistir a ellas, Nos inducen a estimular dichas transmisiones.

Los Obispos de cada nación deberán juzgar sobre la oportunidad de las diversas transmisiones religiosas y confiar su realización a la Oficina Nacional competente; la cual, como en los sectores precedentes, desarrollará una conveniente actividad de información, de educación de coordinación y de vigilancia sobre la moralidad de los programas.

PROGRAMAS ESPECÍFICOS DE LA TELEVISIÓN

La televisión, a más de los aspectos que le son comunes con las dos precedentes técnicas de difusión, posee también características propias. Ella, en efecto, permite participar audiovisualmente en sucesos lejanos en el mismo momento en que se verifican, con una sugestividad, que se acerca a la del contacto personal, y con una proximidad, que el sentido de intimidad y de confianza, propio de la vida de familia, acrecienta.

Débase tener muy en cuenta este carácter de sugestividad de las transmisiones televisadas en lo íntimo del santuario familiar, de donde se seguirá un influjo incalculable en la formación de la vida espiritual, intelectual y moral de los miembros de la familia y, ante todo, de los hijos que experimentarán inevitablemente el atractivo de la nueva técnica.

"Modicum fermentum totam massam corrumpit".⁵³ Si pues en la vida física de los jóvenes, un germen infeccioso puede impedir el desarrollo normal del cuerpo; -con cuánto mayor razón un elemento negativo permanente en la educación puede comprometer su equilibrio espiritual y su desarrollo moral! Y ¿quién no sabe con cuánta frecuencia sucede que un niño que resiste al contagio de una enfermedad en la calle, se manifiesta privado de resistencia, si el foco de infección se encuentra en su propia casa?

La santidad de la familia no puede ser objeto de compromisos y la Iglesia no se cansará, como con todo derecho y deber le compete, de empeñarse con todas sus fuerzas para que este santuario no sea profanado por el mal uso de la televisión.

La televisión, dada la gran ventaja que tiene de mantener más fácilmente dentro de las paredes domésticas a grandes y pequeños, puede contribuir a reforzar los lazos del amor y de fidelidad en la familia, pero siempre a condición de que no se menoscabe esas mismas virtudes de fidelidad, de pureza y de amor.

No faltan, sin embargo, quienes juzgan imposible, al menos por ahora, realizar tan nobles exigencias. Los compromisos contraídos con los espectadores -afirman- requieren que se llene a toda costa el tiempo previsto para las transmisiones. La necesidad de tener a disposición una amplia selección de programas obliga a echar mano de espectáculos que en

un principio estaban destinados solamente para los salones públicos. La televisión, por lo demás, no sólo para los jóvenes, sino también para los adultos.

Las dificultades son reales, pero su solución no se puede diferir para más adelante, cuando ya la falta de discreción y de prudencia en el uso de la televisión, haya acarreado daños individuales y sociales, daños que hoy difícilmente podemos valorar.

A fin de que tal solución se pueda obtener simultáneamente con la introducción progresiva de dicha técnica en los diversos países, será ante todo necesario realizar un esfuerzo intenso para preparar programas que correspondan a las exigencias morales, psicológicas y técnicas de la televisión. Por esta razón, invitamos a los hombres católicos de cultura, de ciencia y de arte, y en primer lugar al clero y a las Ordenes y Congregaciones religiosas, a darse cuenta de esta nueva técnica y a prestar su colaboración para que se pongan al alcance de la televisión las riquezas espirituales del pasado y las que puede brindarle todo progreso auténtico.

Es menester que los responsables de los programas televisivos, no sólo respeten los principios religiosos y morales sino que tengan en cuenta el peligro que pueden presentar a los jóvenes transmisiones destinadas a los adultos. En otros campos, como sucede por ejemplo en el cine o en el teatro, en la mayoría de los países, se protege a los jóvenes de espectáculos inconvenientes por medio de medidas adecuadas. Lógicamente y con mucha mayor razón, tratándose de la televisión, deben garantizarse las ventajas que tiene una cuidadosa vigilancia.

Como se ha hecho laudablemente en algunas partes, en caso de que no se supriman de los programas de televisión espectáculos prohibidos para menores, al menos hay que tomar medidas indispensables de precaución.

Con todo esto, la buena voluntad y la honrada actividad profesional de quien transmite, no son suficientes para asegurar el pleno aprovechamiento de la técnica televisiva, ni para apartar todos los peligros. Es insustituible la prudente vigilancia de quien recibe. La moderación en el empleo de la televisión, la discreta admisión de los hijos, según su edad a los programas, la formación de su carácter y de su criterio recto sobre los espectáculos que han visto y, finalmente, el apartarlos de programas no aptos para ellos, pesa como un gran deber sobre la conciencia de los padres y de los educadores. Démonos cuenta de que especialmente este último punto podrá crear situaciones delicadas y difíciles y de que el buen sentido pedagógico exigirá frecuentemente a los padres dar buen ejemplo aun con sacrificio personal de determinados programas. Pero acaso ¿será pedir demasiado que los padres se sacrifiquen cuando está en juego el bien supremo de los hijos?

Habrà de ser por consiguiente "más que nunca necesario y urgente -como escribíamos a los Obispos de Italia- formar en los fieles una conciencia recta de sus deberes de cristianos en el uso de la televisión⁵⁴, para que ésta no se preste a la difusión del error o del mal, sino que llegue a ser "un instrumento de información, de formación y de transformación".⁵⁵

PARTE FINAL

EXHORTACIÓN AL CLERO

No podemos concluir estas enseñanzas Nuestras, sin que recordemos, cuánta importancia ha de tener (como en todos los campos del apostolado) la intervención del sacerdote en la actividad que la Iglesia debe desplegar para favorecer y utilizar las técnicas de la difusión.

El sacerdote debe conocer los problemas que el cine, la radio y la televisión plantean a las almas. "El sacerdote que tiene cura de almas -decíamos a los que tomaron parte en la Semana de adaptación pastoral en Italia- puede y debe saber lo que afirman la ciencia, el arte y la técnica moderna, por la relación que éstas tienen con la finalidad de la vida religiosa y moral del hombre"⁵⁶. Debe saber servirse de ellas, siempre que, según el prudente juicio de la Autoridad Eclesiástica, lo requieran la naturaleza de su sagrado ministerio y la necesidad de llegar a un mayor número de almas. Debe, finalmente, cuando de ellas se sirve para uso personal, dar ejemplo a todos los fieles de prudencia, de moderación y de sentido de responsabilidad.

CONCLUSIÓN

Hemos querido confiaros, Venerables Hermanos, Nuestras preocupaciones, que vosotros ciertamente compartís con Nos, acerca de los peligros que puede entrañar el uso no recto de las técnicas audiovisuales así para la fe como para la integridad moral del pueblo cristiano.

No hemos dejado de hacer resaltar los lados positivos de estos modernos y poderosos medios de difusión. Con este fin, hemos expuesto, a la luz de la doctrina cristiana y de la ley natural, los principios informadores que deben regular y dirigir así la actividad de los responsables de las técnicas de la difusión, como también la conciencia que se sirve de ellas.

Y precisamente para encaminar al bien de las almas estos dones de la Providencia, os hemos exhortado paternalmente, no sólo a vigilar como es deber vuestro, sino a intervenir positivamente.

Porque la tarea de las Oficinas nacionales, que os recomendamos una vez más, no ha de limitarse solamente a preservar y defender, sino que también, y principalmente debe dirigir, coordinar y prestar asistencia a las diversas obras educativas que se van suscitando en varios países para impregnar de espíritu cristiano el sector tan complejo como vasto de las técnicas de la difusión.

No dudamos, por tanto, dada la confianza que tenemos en la victoria de la causa de Dios, que estas Nuestras presentes disposiciones, cuya fiel ejecución confiamos a la Comisión Pontificia de cinematografía, radio y televisión, habrán de suscitar un espíritu nuevo de apostolado en un campo tan rico de promesas.

Animados con esta esperanza, a la que da valor vuestro bien conocido celo pastoral, impartimos de todo corazón, Venerables Hermanos, a vosotros, al clero y al pueblo confiado a vuestros cuidados, como prenda de gracias celestiales, la Bendición Apostólica.

Dado en Roma, junto a San Pedro, en la fiesta de la Natividad de la Bienaventurada Virgen María, 8 de Setiembre de 1957, año decimonono de nuestro Pontificado.

PIUS PP XII

NOTAS

- 1 S. JOAN: CHRYS., Deconsubstantiali, contra Anomoes: P. G., 48, 810.
- 2 EPHES.III, 8-9.
- 3 I PETR. I, 18-19.
- 4 RADIOPHONICUM NUNTIIUM Qui arcano, d. 12 FEBRUARII, a. 1931 : A.A.S.,vol. XXIII,1931,pag.65.
- 5 EPIST. ENC. Vigilanti cura, d. 29 Iunii, a. 1936: A.A.S., vol. XXVIII, 1936, pag. 249 sq.
- 6 Ibid. pag. 251.
- 7 Cfr. A. A. S. , d. 16 Decembris, a. 1954, vol XLVI, 1954, pag. 783-784.
- 8 Cfr. Sermo ad catholicos Hollandiae, d. 19 Maii, a. 1950 habitus: DISCORSI E RADIOMESSAGGI di S.S. Pio XII, vol. XLVII, 1955, pag. 75.
- 9 Rom. X, 16.
- 10 Matth. XXII, 16.
- 11 Cfr. Sermo ad cultores cinematographicae artis ex Italia Romae congregatos, d. 21 Iunii, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 504.
- 12 Cfr. Matth., XI, 30.
- 13 Cfr. Sermo ad radiophonicae artis cultorum coetum, d. 5 Maii, a. 1950 ex omnibus Nationibus Romae habitum: DISCORSI E RADIOMESSAGGI di S. S. Pio XII, vol. XII, pag. 54.
- 14 Rom. V, 5.
- 15 Cfr. Matth. V, 48.
- 16 Litt. Apost. d. 12 Ianuarii, a. 1951: A. A. S., vol. XLV, 1952, pag. 216-217.
- 17 Ibid. pag. 216.
- 18 Matth. XIII, 27.
- 19 Matth. XIII, 28.
- 20 I Thess. V, 21-22.
- 21 Cfr. Sermo, quinto exeunte saeculo ab Angelici obitu, in Aedibus Vaticanis habitus d. 20 Aprilis, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 291-292; Litt. Enc. MUSICAE SACRAE, d. 25 Decembris, a. 1955: A. A. S., vol XLVIII, 1956, pag. 10.
- 22 Cfr. Rom. 11,15.
- 23 Sermo ad cultores artis cinematographicae ex Italia Romae congregatos, d. 21 Iunii, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 505.
- 24 S. Thom., SUMM. THEOL., I. q. 1, a. 9.
- 25 Cfr. Ibid. I, q. 67, a. 1.

- 26 Sermo ad sodales Radiphonicae Societatis Italiae, d. 3 Decembris, a. 1944 habitus: DISCORSI E RADIOMESSAGGI di S. S. Pio XII, vol.VI, pag. 209.
- 27 Sermo ad Nationum Societatis Consilium publicis ordinandis nuntiis, d.24 Aprilis, a. 1956 habitus: DISCORSI E RADIOMESSAGGI di S. S. Pio XII, vol. XVIII, pag. 137.
- 28 Cfr. Ioan. VIII, 32.
- 29 Cfr. Nuntius radiophonicus ad christifideles Columbianae Reipublicae, d. 11 Aprilis, a. 1935 habitus, cum Statio Radiophonica Sutacentiae inaugurabatur: A. A. S., vol. XLV, 1953, pag. 294.
- 30 Ep. Enc. VIGILANTI CURA, d. 29 Iunii, a. 1936: A. A. S., vol. XXVIII, 1936, pag. 255.
- 31 Ep.Enc. VIGILANTI CURA: ibid. pag.254.
- 32 Cfr. Adhortatio de televisione, d. 1 Ianuarii, a. 1954: A. A. S., vol. XLIV, a. 1954, pag. 21.
- 33 Cfr. Sermo ad moderatores, docentes, et cultores Consociationis ex omnibus Nationibus Institutorum Archaeologicae, Historiae, et Artis Historiae,d.9 Martii, a. 1956, habita : A. A. S., vol XLVIII, 1956, pag. 212.
- 34 Ep. Enc. VIGILANTI CURA, d.29 Iunii, a. 1936: A.A.S., vol. XXVIII, 1936, pag. 261.
- 35 Cfr. Sermo ad cinematographicae artis cultores ex Italia Romae congregatos, d. 21 Iunii, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955 pag. 501-502.
- 36 Cfr. Sermo ad cinematographicae artis cultores, d. 28 Octobris, a. 1955, Romae congregatos: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 817.
- 37 Cfr. Sermones d. 21 Iunii et 28 Octobris, a. 1955 habitus: ibid., pag. 502-505 et 816 sq.
- 38 Ep. Enc. Vigilanti cura, d. 29 Iunii, a. 1936: A. A. S., vol. XXVIII, 1936, pag. 260-261.
- 39 Cfr. Sermo ad cultores cinematographicae artis ex Italia Romae congregatos, d. 21 Iunii, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 512.
- 40 Ep. Enc. Vigilanti cura, d. 29 Iunii, a. 1936: A. A. S., vol. XXVIII, 1936, pag. 260.
- 41 Cfr. Pii XII sermo ad Urbis Parochos sacrosque per Quadragesimae tempus Oratores die 5 Martii 1957 habitus: vide diarium L'Osservatore Romano, 6 Martii 1957.
- 42 Cfr. Sermo de arte scaenica d. 26 Augusti, a. 1945 habitus: Discorsi e Radiomessaggi di S. S. Pio XII, vol. VII, pag. 157.
- 43 MATTH. V, 16.
- 44 Cfr. Epist. Pii XII ad christifideles Germaniae, ob conventum a "Katholikentag" appellatum, Berolinum congregatos die 10 Augusti, a. 1952: A. A. S., Vol. XLIV, 1952, pag. 725.
- 45 Cfr. Sermo d. 3 Decembris, a. 1944 habitus: Discorsi e Radiomessaggi di S. S. Pio XII, vol. VI, pag. 209.
- 46 Cfr. Nuntius radiophonicus ad eos qui interfuerunt tertio generali conventui de communicationibus inter cives et nationes, sexagesimo volvente anno a radiotelegraphia inventa, Genuae habito: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 736.
- 47 Iac. III, 9-10.
- 48 Cfr. Sermo Pii XII d. 3 Octobris, a. 1947 quinquagesimo expleto anno ab arte radiophonica inventa habitus: Discorsi e Radiomessaggi di S. S. Pio XII, vol. IX, pag. 267.
- 49 MARC. XVI, 15

- 50 Cfr. Sermo ad Hollandiae catholicos, d. 19 Maii, a. 1950 habitus: Discorsi e Radiomessaggi di S. S. Pio XII, vol. XII, pag. 75.
- 51 MATTH. X, 41.
- 52 Cfr. Sermo ad radiophonicae artis cultores conventum ex omnibus Nationibus participantes: d. 5 Maii, a. 1950; Discorsi e Radiomessaggi di S. S. Pio XII, vol. XII, pag. 55.
- 53 Gal. V, 9.
- 54 Cfr. Adhortatio Apostolica, de televisione, d. 1 Ianuarii, a. 1954: A. A. S., vol. XLVI, 1954, pag. 23.
- 55 Cfr. Sermo de gravi televisionis momento, d. 21 Octobris, a. 1955: A. A. S., vol. XLVII, 1955, pag. 777.
- 56 Cfr. Sermo d. 14 Septembris, a. 1956 habitus: A. A. S., vol. XLVIII, 1956, pag. 707.

CARTA APOSTÓLICA QUE PROCLAMA A SANTA CLARA PATRONA CELESTE DE LA TELEVISIÓN

(21 de agosto de 1958)

CARTA APOSTÓLICA A PROCLAMAR Ste. Claire PATRONO DE TELEVISIÓN * CELESTE

Ad perpetuam rei memoriam

Por una bendición de la sabiduría divina del genio de un hombre que brilla más brillantemente y al cabo, especialmente hoy en día, los descubiertos que despiertan admiración. Y la Iglesia, que nunca apareció en contra de la progesterona de la civilización y la tecnología, fomenta la asistencia dada a la nueva cultura y la vida cotidiana, y utiliza incluso dispuestos a enseñar la verdad y la la extensión de la religión. Estos inventos son tan útiles, la televisión tiene su lugar, que "permite ver y escuchar a los eventos remotos en el instante en que ocurren, y si lo que sugiere que se cree asistir. " (Litt. Enc "Miranda prorsus", 8 de septiembre de 1957:.. AAS XLIX, p 800). Este maravilloso instrumento - y como todo el mundo sabe que hemos dicho claramente a nosotros mismos - puede ser la fuente de riqueza muy grande, pero también problemas de profundidad debido a la peculiar atracción que ejerce sobre las mentes de los incluso dentro de la casa de la familia. También ha parecido bien al dar a este invento una copia de seguridad celestial que prohíbe a sus fechorías y el uso razonable, vea beneficioso. Deseamos para este patronazgo de Santa Clara. En efecto, se informó que Asís, una noche de Navidad, Claire, en su aditée convento por la enfermedad, oyó las canciones que acompañaron las ceremonias sagradas de los devotos y vi la cuna del Divino Niño, como si estuviera presente en persona en la "iglesia de los franciscanos. En el esplendor de la gloria de su inocencia y la claridad que arroja sobre nuestra oscuridad tan profunda, que protege a Claire y por lo tanto, esta técnica ofrece el dispositivo traslúcido para hacer resplandecer la verdad y la virtud, es necesario el apoyo de la sociedad. Así que nos decidimos a dar oraciones simpáticos que tenemos las direcciones sobre el tema Nuestro Venerable Hermano José Nicolini Placide, el obispo de Asís, los superiores franciscanos de las cuatro familias, y luego otras personas notables, y lo que han aprobado nombreaux Cardenales de la Santa Iglesia Romana, arzobispos y obispos. Por lo tanto, después de haber consultado a la Sagrada Congregación de Ritos, con el conocimiento cierto y tras la debida consideración, en la plenitud del poder apostólico a través de esta carta y para siempre, Faison, declaramos Establecemos y Santa Clara, virgen de Asís , Patrona celestial de morir Televisión, dándole todos los honores y privilegios litúrgicos que dicho patrocinio incluye, no obstante cualquier disposición en contrario. Anunciamos, Construimos, mandamos que esta carta sea firme y válido, y por lo tanto plenamente en vigor en su integridad y plenitud, ahora y en el futuro, para aquellos a los que se refiere o se podrán referirse a alguno; que se necesita un juez ordinario y decidir, así, que ahora se considera nula y sin efecto todo lo que podía ser intentada por nadie, bajo ninguna autoridad, a sabiendas o por ignorancia, contra las medidas impuestas por la presente Carta.

Dado en Roma, en San Pedro, bajo el anillo del Pescador, 14 de febrero de 1957, de Nuestra de la Pontificia hace 19 años.

PÍO PP. XII

* La Carta Apostólica, en "forma corta" - que damos a continuación la traducción del latín - fue publicado en Acta Apostólica Sedis del 21 de agosto de 1958, vol. L, p. 512-513.

"MOTU PROPRIO" BONI PASTORIS

(22 de febrero de 1959)

CARTA APOSTÓLICA MOTU PROPRIO "BONI PASTORIS"

El cargo de Buen Pastor de toda la grey del Señor, que desde el comienzo de Nuestro Pontificado afirmamos sernos "especialísimamente caro" (cf. A.A.S., vol. L, p. 886), mientras Nos hace estar siempre atentos a todas las necesidades de la Iglesia, Nos impele también a considerar con particular solicitud los factores que con el progreso de la civilización moderna, influyen en la vida espiritual del hombre; entre estos se deben contar la radio, la televisión y el cine.

Nuestro predecesor Pío XII, de inmortal memoria, había ya repetidas veces llamado la atención de los fieles y de todos los hombres de recta intención, con una importante Encíclica y con conocidos Discursos, sobre el grave deber que les incumbe de utilizar estas técnicas admirables de difusión conforme al plan providencial de Dios y en consonancia con la dignidad del hombre a cuya perfección deben servir.

A tal fin, el mismo Predecesor Nuestro quiso "instituir en la Curia Romana una Comisión especial" (A. A. S., vol. XLXIX, p. 768), a que encomendó la fiel ejecución de cuanto se mandaba y recomendaba en la Encíclica Miranda prorsus en las cuestiones pertinentes a la fe, moral y disciplina eclesiástica en el sector de la radio, de la televisión y del cine (ibídem, p. 805).

Reflexionando pues sobre los graves problemas que en el campo de la moralidad pública, de la propaganda de las ideas y de la educación de la juventud, suscitan las mencionadas técnicas audiovisivas de difusión, que tanto influjo ejercen en las almas, deseamos hacer Nuestras y confirmar las exhortaciones y disposiciones de Nuestro Predecesor y contribuir a convertir en positivos instrumentos del bien los medios que la divina Bondad ha puesto a disposición de los hombres. Porque a nadie se le oculta las grandes posibilidades que ofrecen el cine, la radio y la televisión para la difusión de una cultura más elevada, de un arte digno de este nombre y sobre todo de la verdad.

Siendo Patriarca de Venecia Nos fue dado más de una vez recibir junto a Nos y exhortar paternamente a exponentes del arte y de la industria cinematográfica, y después de la elevación, por secreta disposición de la Divina Providencia, al Sumo Pontificado, hemos podido expresar Nuestra benevolencia a los directivos de la radio, de la televisión y del cine (cf. Carta de la Secretaría de Estado n. 117 del 4 de noviembre 1958 al Presidente de la Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión), y después no hemos omitido ninguna ocasión oportuna para animarles a ser fieles al ideal cristiano de su profesión.

Sin embargo debemos deplorar con pena de Nuestro corazón los peligros y daños morales que no pocas veces provocan ciertos espectáculos cinematográficos y transmisiones radiofónicas y televisivas que atentan a la moral cristiana y a la misma dignidad de la persona humana.

Por tanto exhortamos paternalmente una y otra vez a los responsables de tales producciones y transmisiones a que sigan siempre los dictados de una recta y delicada conciencia, como conviene a quien se halla investido del gravísimo deber de educar.

Al mismo tiempo de nuevo encomendamos a la vigilancia y a la experta solicitud de Nuestros Venerables Hermanos los Arzobispos y Obispos, las diversas formas de apostolado ya recomendadas en la citada Encíclica *Miranda prorsus* y en particular las Oficinas Nacionales constituidas en cada país para dirigir y coordinar todas las actividades católicas en el campo del cine, de la radio y de la televisión (cf. A.A.S., vol. XLIX, p. 783-4). Entre estas actividades recomendamos las iniciativas de carácter formativo y cultural, como la presentación y la discusión de las películas dotadas de especiales méritos artísticos y morales.

Además, como quiera que la naturaleza misma de los mencionados medios de difusión exige--aun por lo que respecta a la competencia de la Santa Sede--unidad de dirección y de acción, establecemos motu proprio, con ciencia cierta y después de madura deliberación, con la plenitud de la Autoridad Apostólica, en virtud de esta Carta y de modo perpetuo, las siguientes normas a las que se ha de atener en sus funciones la Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión, y derogamos las disposiciones contenidas en el Estatuto de dicha Comisión que hasta ahora han estado vigentes (A.A.S., vol XLVI, p. 783-4).

Así pues, decretamos y establecemos que la Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión tenga carácter permanente y estable como Oficina de la Santa Sede, a cuyo cargo esté el examinar los diversos asuntos que se refieren al Cine, Radio y Televisión, ayudar a su progreso, y dirigir su actividad según las prescripciones y normas de la Encíclica *Miranda prorsus*, y de acuerdo con las disposiciones que en lo futuro diere la Santa Sede.

Es también incumbencia de esta Comisión Pontificia tener conocimiento de la orientación y de la realización práctica de la producción cinematográfica, de las audiciones radiofónicas y de las transmisiones televisivas; dirigir e incrementar la actividad de los Organismos Católicos Internacionales y de las Oficinas Eclesiásticas Nacionales de Cine, Radio y Televisión, en particular con respecto a la censura de las películas, a las transmisiones radiofónicas y televisivas destinadas a la propaganda religiosa, y a la instrucción de los fieles, especialmente de la juventud, en lo tocante a su responsabilidad frente a esta clase de espectáculos (cf. A.A.S., vol. XLIX, p. 780 ss.); finalmente estar en comunicación con las Sagradas Congregaciones y Oficinas de la Santa Sede, con las Conferencias Episcopales y con cada uno de los Ordinarios del lugar en lo que atañe a estas múltiples como difíciles cuestiones.

Las Sagradas Congregaciones de la Curia Romana y demás Oficinas de la Sede Apostólica pedirán el parecer a esta Comisión antes de dictar cualquier prescripción o conceder

cualquier autorización en puntos relacionados con el cine, radio y televisión, e informarán a dicha Comisión de las medidas que cada una tomare según su competencia.

Al frente de la Comisión de Cine, Radio y Televisión habrá un Presidente, el cual, cada seis meses, presentará un informe de las actividades de dicha Comisión.

Formarán parte de la Comisión los Asesores y Secretarios de las Sagradas Congregaciones del Santo Oficio, Consistorial, para la Iglesia Oriental, del Concilio, de Religiosos, de Propaganda Fide, de Seminarios y Universidades, y el Sustrituto de Nuestra Secretaría de Estado; a los cuales se podrán añadir otros miembros según Nuestro beneplácito.

El Presidente tendrá como auxiliares en su trabajo al Secretario de la Comisión y otros Oficiales (cf. A.A.S., vol. XLIII, appendix fasciculi 8, p. [3]).

La Comisión estará además asesorada por un Colegio de Consultores designados por la Santa Sede, particularmente expertos en el campo del apostolado del cine, de la radio y de la televisión.

La Comisión tendrá a su cargo la Cineteca Vaticana, que nos proponemos organizar para coleccionar la documentación cinematográfica de interés para la Santa Sede.

Finalmente la Comisión tendrá su sede en la Ciudad del Vaticano y quedará agregada a Nuestra Secretaría de Estado.

Sin que obste nada en contrario.

Bendecimos, pues, de corazón las actividades de la Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión, cuya fructífera labor desarrollada en el pasado hemos apreciado en gran manera.

Así lo declaramos y establecemos, decretando que las presentes Letras sean siempre totalmente firmes, valederas, y eficaces; que surtan efecto entera y plenamente; que sean de plena utilidad ahora y más adelante a aquellos a quienes se dirigen o podrán dirigirse; que así se ha de juzgar y definir legítimamente; y que desde ahora será írrito y sin valor todo lo que a sabiendas o por ignorancia fuere intentado en contra, a propósito de esta materia por cualquier persona en virtud de cualquiera autoridad.

Dado en Roma, junto a San Pedro, bajo el anillo del Pescador, el día 22 de febrero del año 1959, de Nuestro Pontificado el primero.

JUAN PAPA XXIII

DECRETO CONCILIAR INTER MIRIFICA

Sobre los medios de Comunicación Social

(4 de diciembre de 1963)

DECRETO

INTER MIRIFICA

SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PABLO OBISPO

SIERVO DE LOS SIERVOS DE DIOS JUNTAMENTE CON LOS PADRES DEL CONCILIO PARA PERPETUO RECUERDO

INTRODUCCIÓN

1. Entre los maravillosos inventos de la técnica que, sobre todo en estos tiempos, el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con especial solicitud aquellos que atañen especialmente al espíritu humano y que han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas de todo tipo. Entre tales inventos sobresalen aquellos instrumentos que, por su naturaleza, pueden llegar no sólo a los individuos, sino también a las multitudes y a toda la sociedad humana, como son la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros similares que, por ello mismo, pueden ser llamados con razón medios de comunicación social.

2. La madre Iglesia sabe, en efecto, que estos medios, si se utilizan rectamente, proporcionan valiosas ayudas al género humano, puesto que contribuyen eficazmente a descansar y cultivar el espíritu y a propagar y fortalecer el Reino de Dios; sabe también que los hombres pueden volver estos medios contra el plan del divino Creador y utilizarlos para su propio perjuicio; más aún, siente una maternal angustia a causa de los daños que de su mal uso se han derivado con demasiada frecuencia para la sociedad humana.

Por lo cual, el sacrosanto Sínodo, insistiendo en la vigilante preocupación de los Sumos Pontífices y obispos en un asunto tan importante, considera pertinente tratar las principales cuestiones relacionadas con los medios de comunicación social. Confía, además, en que su doctrina y disciplina, así presentadas, aprovecharán no sólo a la salvación de los fieles cristianos, sino también al progreso de todo el género humano.

CAPÍTULO I

3. La Iglesia católica, fundada por Cristo el Señor para llevar la salvación a todos los hombres y, en consecuencia, urgida por la necesidad de evangelizar, considera que forma parte de su misión predicar el mensaje de salvación, con la ayuda, también, de los medios de comunicación social, y enseñar a los hombres su recto uso.

A la Iglesia, pues, le corresponde el derecho originario de utilizar y poseer toda clase de medios de este género, en cuanto que sean necesarios o útiles para la educación cristiana y para toda su labor de salvación de las almas; a los sagrados Pastores les compete la tarea de instruir y gobernar a los fieles, de tal modo que ellos mismos, también con la ayuda de estos medios, alcancen la salvación y la perfección propias y de todo el género humano.

Por lo demás, toca principalmente a los laicos vivificar con espíritu humano y cristiano estos medios para que respondan plenamente a las grandes expectativas de la sociedad humana y al plan divino.

4. Para el recto uso de estos medios es absolutamente necesario que todos los que los utilizan conozcan las normas del orden moral en este campo y las lleven fielmente a la práctica. Consideren, pues, las materias que se difunden según la naturaleza peculiar de cada medio; al mismo tiempo, tengan en cuenta todas las condiciones y circunstancias, es decir, el fin, las personas, el lugar, el momento y los demás elementos con los que se lleva a cabo la comunicación misma y que pueden modificar su honestidad o cambiarla por completo; entre éstas se encuentra la naturaleza propia de cada medio, es decir, su fuerza, que puede ser tan grande que los hombres, sobre todo si no están preparados, difícilmente sean capaces de advertirla, de dominarla y, si llega el caso, de rechazarla.

5. Es especialmente necesario que todos los interesados se formen una recta conciencia sobre el uso de estos medios, sobre todo en lo tocante a algunas cuestiones más duramente debatidas en nuestros días.

La primera cuestión se refiere a la llamada información, es decir, a la búsqueda y divulgación de noticias. Es evidente que, a causa del progreso de la sociedad humana actual y de los vínculos más estrechos entre sus miembros, resulta muy útil y la mayor parte de las veces necesaria; en efecto, la comunicación pública y oportuna de los acontecimientos y de los asuntos ofrece a los individuos un conocimiento más pleno y continuo de éstos, contribuyendo así eficazmente al bien común y promoviendo más fácilmente el desarrollo progresivo de toda la sociedad civil. Por consiguiente, existe en la sociedad humana el derecho a la información sobre cuanto afecte a los hombres individual o socialmente considerados y según las circunstancias de cada cual.

Sin embargo, el recto ejercicio de este derecho exige que, en cuanto a su contenido, la comunicación sea siempre verdadera e íntegra, salvadas la justicia y la caridad; además, en cuanto al modo, ha de ser honesta y conveniente, es decir, debe respetar escrupulosamente las leyes morales, los derechos legítimos y la dignidad del hombre, tanto en la búsqueda de la noticia como en su divulgación, ya que no todo conocimiento aprovecha, pero la caridad es constructiva (1 Cor 8, 1).

6. La segunda cuestión contempla las relaciones que median entre los llamados derechos del arte y las normas de la ley moral. Dado que las crecientes controversias sobre este tema tienen muchas veces su origen en falsas doctrinas sobre la ética y la estética, el Concilio declara que debe ser respetada por todos la primacía absoluta del orden moral objetivo, puesto que es el único que trasciende y compagina congruentemente todos los demás órdenes de las relaciones humanas, por dignos que sean y sin excluir el arte. El orden moral es, en efecto, el único que abarca en toda su naturaleza al hombre, criatura racional de Dios y llamado a lo sobrenatural; y solamente tal orden moral, si es observado íntegra y fielmente, lo conduce al logro pleno de la perfección y de la bienaventuranza.

7. Por último, la narración, la descripción o la representación del mal moral pueden ciertamente, con la ayuda de los medios de comunicación social, servir para conocer y explorar más profundamente al hombre, para manifestar y exaltar la magnificencia de la verdad y del bien, mediante la utilización de los oportunos efectos dramáticos; sin embargo, para que no produzcan más daño que utilidad a la almas, habrán de someterse completamente a las leyes morales, sobre todo si se trata de asuntos que exigen el debido respeto o que incitan más fácilmente al hombre, herido por la culpa original, a apetencias depravadas.

8. Puesto que hoy día la opinión pública ejerce un poderosísimo influjo en la vida privada y pública de los ciudadanos de todos los sectores, es necesario que todos los miembros de la sociedad cumplan sus deberes de caridad y justicia también en este campo; y así, con la ayuda de estos medios, se esfuercen por formar y difundir una recta opinión pública.

9. Peculiares deberes incumben a todos los destinatarios, es decir, lectores, espectadores y oyentes que, por una elección personal y libre, reciben las comunicaciones difundidas por tales medios. Una recta elección exige, en efecto, que éstos favorezcan plenamente todo lo que destaque la virtud, la ciencia y el arte y eviten, en cambio, lo que pueda ser causa u ocasión de daño espiritual, lo que pueda poner en peligro a otros por su mal ejemplo, o lo que dificulte las informaciones buenas y promueva las malas; esto sucede muchas veces cuando se colabora con empresarios que manejan estos medios con móviles exclusivamente económicos.

Por consiguiente, para cumplir la ley moral, los destinatarios de los medios no deben olvidar la obligación que tienen de informarse a tiempo sobre los juicios que sobre estas materias emite la autoridad competente y de seguirlos según las normas de la conciencia recta; y para poder oponerse con mayor facilidad a las incitaciones menos rectas, favoreciendo plenamente las buenas, procuren dirigir y formar su conciencia con las ayudas adecuadas.

10. Los destinatarios, sobre todo los más jóvenes, procuren acostumbrarse a la disciplina y a la moderación en el uso de estos medios; pongan, además, empeño en comprender a fondo lo oído, visto o leído; hablen sobre ello con los educadores y expertos y aprendan a emitir un juicio recto. Recuerden los padres que es su deber vigilar diligentemente para que los espectáculos, las lecturas y cosas similares que sean contrarias a la fe o las costumbres no traspasen el umbral de su hogar ni vayan sus hijos a buscarlos en otra parte.

11. La principal tarea moral, en cuanto al recto uso de los medios de comunicación social, corresponde a periodistas, escritores, actores, autores, productores, realizadores, exhibidores, distribuidores, vendedores, críticos y a cuantos participan de algún modo en la realización y difusión de las comunicaciones. Resulta absolutamente evidente la gravedad e importancia de su trabajo en las actuales circunstancias de la humanidad, puesto que, informando e incitando, pueden conducir recta o erradamente al género humano.

A ellos corresponderá, por tanto, tratar las cuestiones económicas, políticas o artísticas de modo que nunca resulten contrarias al bien común; para lograr esto con mayor facilidad, bueno será que se agrupen en asociaciones profesionales que impongan a sus miembros -si fuera necesario, incluso mediante el compromiso de observar rectamente un código ético- el respeto de las leyes morales en las empresas y tareas de su profesión.

Pero recuerden siempre que la mayor parte de los lectores y espectadores son jóvenes que necesitan una prensa y unos espectáculos que les proporcionen diversiones honestas y que eleven su espíritu a cosas más altas. Procuren, además, que las comunicaciones sobre temas relativos a la religión se confíen a personas dignas y expertas y sean tratadas con el debido respeto.

12. La autoridad civil tiene en esta materia deberes peculiares en razón del bien común, al que se ordenan estos medios. Corresponde, pues, a dicha autoridad, en virtud de su propia función, defender y asegurar la verdadera y justa libertad que la sociedad actual necesita absolutamente para su provecho, sobre todo en lo relativo a la prensa: fomentar la religión, la cultura y las bellas artes; proteger a los destinatarios para que puedan disfrutar libremente de sus legítimos derechos. Además, es deber del poder civil apoyar aquellas iniciativas que, siendo especialmente útiles para la juventud, no podrían emprenderse de otro modo.

Finalmente, el mismo poder público, que legítimamente se ocupa del bienestar de los ciudadanos, debe considerar también como un deber el procurar justa y celosamente, mediante la promulgación de leyes y su diligente cumplimiento, que el mal uso de estos medios no desencadene graves peligros para las costumbres públicas y el progreso de la sociedad. Con este cuidado vigilante no se restringe la libertad de los individuos y de los grupos, sobre todo si faltan las cautelas precisas por parte de aquellos que en razón de su oficio utilizan estos medios.

Póngase un especial cuidado en defender a los más jóvenes de la prensa y de los espectáculos que sean nocivos para su edad.

CAPÍTULO II

13. Todos los hijos de la Iglesia, de común acuerdo, tienen que procurar que los medios de comunicación social, sin ninguna demora y con el máximo empeño, se utilicen eficazmente en las múltiples obras de apostolado, según lo exijan las circunstancias de tiempo y lugar, anticipándose así a las iniciativas perjudiciales, sobre todo en aquellas regiones cuyo progreso moral y religioso exige una atención más diligente.

Por consiguiente, apresúrense los sagrados Pastores a cumplir su misión, ligada estrechamente en este campo al deber ordinario de la predicación; también los laicos que participan en el uso de estos medios tienen que esforzarse por dar testimonio de Cristo, en primer lugar, realizando su propia tarea con competencia y espíritu apostólico; es más, prestando por su parte ayuda directa a la acción pastoral de la Iglesia con las posibilidades que brindan la técnica, la economía, el arte y la cultura.

14. Foméntese, ante todo, la prensa honesta. Para imbuir plenamente a los lectores del espíritu cristiano, créese y desarróllese también una prensa verdaderamente católica, esto es, que -promovida y dependiente directamente, ya de la misma autoridad eclesiástica, ya de los católicos- se publique con la intención manifiesta de formar, consolidar y promover una opinión pública en consonancia con el derecho natural y con los preceptos y las doctrinas católicas, así como de divulgar y exponer adecuadamente los hechos relacionados con la vida de la Iglesia. Adviértase a los fieles sobre la necesidad de leer y difundir la prensa católica para formarse un juicio cristiano sobre todos los acontecimientos.

Hay que promover y asegurar por todos los medios pertinentes la producción y exhibición de películas para la honesta distensión del espíritu, útiles para la cultura humana y el arte, especialmente de las destinadas a la juventud; esto se logra, sobre todo, ayudando y coordinando las iniciativas y los recursos de los productores y distribuidores honestos, recomendando las películas dignas de elogio mediante los premios y el consenso de los críticos, fomentando y asociando las salas pertenecientes a los empresarios católicos y a los hombres honrados.

Préstese asimismo una ayuda eficaz a las emisiones radiofónicas y televisivas honestas; sobre todo, a aquellas que sean apropiadas para las familias. Foméntense con todo interés las emisiones católicas que induzcan a los oyentes y espectadores a participar en la vida de la Iglesia y a empaparse de las verdades religiosas.

Con toda solicitud deben promoverse también, allí donde fuere necesario, emisoras católicas; pero se ha de procurar que sus emisiones sobresalgan por la debida perfección y eficacia.

Cúidese, por fin, de que el noble y antiguo arte escénico, que se propaga hoy ampliamente a través de los medios de comunicación social, favorezca la humanidad de los espectadores y la formación de las costumbres.

15. Para proveer a las necesidades arriba indicadas, han de formarse oportunamente sacerdotes, religiosos y también laicos que cuenten con la debida competencia para dirigir estos medios hacia los fines del apostolado.

En primer lugar, los laicos deben ser instruidos en el arte, la doctrina y las costumbres, multiplicándose el número de escuelas, facultades e institutos, en los que los periodistas y los guionistas cinematográficos, radiofónicos y televisivos y otros interesados puedan adquirir una formación íntegra, imbuida de espíritu cristiano, sobre todo en lo que se refiere a la doctrina social de la Iglesia. También los actores de teatro deben ser formados y ayudados para que con su arte sirvan convenientemente a la sociedad humana. Finalmente,

hay que preparar con esmero críticos literarios, cinematográficos, radiofónicos, televisivos y otros, para que todos conozcan perfectamente su profesión y estén preparados y motivados para emitir juicios en los que el aspecto moral aparezca siempre en su verdadera luz.

16. Dado que el recto uso de los medios de comunicación social está al alcance de usuarios diferentes por su edad y su cultura, y que exige en las personas una formación y una experiencia peculiar y adecuada, es necesario fomentar, multiplicar y encauzar, según los principios de la moral cristiana, las iniciativas aptas para conseguir este fin -sobre todo si están destinadas a los más jóvenes- en las escuelas católicas de cualquier grado, en los seminarios y en las asociaciones de apostolado laical. Para conseguir este propósito con mayor rapidez, debe proporcionarse en el catecismo la exposición y explicación de la doctrina y de la enseñanza católicas sobre estas materias.

17. Puesto que resulta indigno que los hijos de la Iglesia permitan que, por su apatía, la palabra de salvación sea amordazada y obstaculizada por las exigencias técnicas o los gastos monetarios, ciertamente cuantiosos, propios de estos medios, este santo Sínodo les advierte que tienen la obligación de sostener y ayudar a los diarios católicos, a las revistas y a las iniciativas cinematográficas, emisoras y transmisiones radiofónicas y televisivas cuyo fin principal sea divulgar y defender la verdad y promover la formación cristiana de la sociedad humana. Al mismo tiempo, invita insistentemente a las asociaciones y a los particulares que gocen de mayor autoridad en las cuestiones económicas y técnicas a sostener con generosidad y de buen grado, con sus recursos y su competencia, estos medios, en cuanto que sirven al apostolado y a la verdadera cultura.

18. Para mayor fortalecimiento del apostolado multiforme de la Iglesia sobre los medios de comunicación social, debe celebrarse cada año en todas las diócesis del orbe, a juicio de los obispos, una jornada en la que se ilustre a los fieles sobre sus deberes en esta materia, se les invite a orar por esta causa y a aportar una limosna para este fin, que será empleada íntegramente para sostener y fomentar, según las necesidades del orbe católico, las instituciones e iniciativas promovidas por la Iglesia en este campo.

19. En el cumplimiento de su suprema atención pastoral a los medios de comunicación social, el Sumo Pontífice tiene a su disposición un organismo especial de la Santa Sede.

Los Padres del Concilio, acogiendo de buen grado el voto del Secretariado para la Prensa y los Espectáculos, ruegan reverentemente al Sumo Pontífice que extienda los deberes y competencias de este organismo a todos los medios de comunicación social, sin excluir a la prensa, incorporando a él expertos de las diferentes naciones, también laicos.

20. Corresponderá a los obispos supervisar y promover estas obras e iniciativas en sus propias diócesis y, en cuanto atañen al apostolado público, ordenarlas, sin excluir las que están dirigidas por los religiosos exentos.

21. Como la eficacia del apostolado para toda una nación requiere unidad de propósitos y de esfuerzos, este santo Sínodo establece y manda que en todas partes se constituyan y se apoyen con todos los medios secretariados nacionales para la prensa, cine, radio y

televisión. Misión de estos secretariados será, sobre todo, procurar que la conciencia de los fieles sobre la utilización de estos medios se forme rectamente así como fomentar y organizar todo lo que los católicos realizan en este campo.

En cada nación ha de confiarse la dirección de estos organismos a una comisión especial de obispos, o a un obispo delegado; en estos organismos han de participar también laicos expertos en la doctrina católica y en los propios medios.

22. Puesto que la eficacia de estos medios traspasa los límites de las naciones y convierte a los individuos en ciudadanos del mundo, coordínense internacionalmente las iniciativas nacionales en este campo. Los organismos de los que se habla en el n.21 han de colaborar activamente con su correspondiente asociación católica internacional. Estas asociaciones católicas internacionales son aprobadas legítimamente sólo por la Santa Sede y de ella dependen.

CLÁUSULAS

23. Para que todos los principios y normas de este santo Sínodo sobre los medios de comunicación social se lleven a la práctica, por expreso mandato del Concilio, publíquese una instrucción pastoral por el organismo de la Santa Sede del que se habla en el n.19 con la ayuda de peritos de diferentes naciones.

24. Por lo demás, este santo Sínodo confía en que estas instrucciones y normas suyas serán gustosamente aceptadas y sanamente respetadas por todos los hijos de la Iglesia, que, también al utilizar estos medios, lejos de padecer daños, como sal y como luz, darán sabor a la tierra e iluminarán el mundo; además invita a todos los hombres de buena voluntad, sobre todo a aquellos que dirigen estos medios, a que se esfuercen por utilizarlos únicamente en bien de la sociedad humana cuya suerte depende cada vez más del recto uso de éstos. Y así como antes los monumentos artísticos de la antigüedad, también ahora los nuevos inventos glorificarán el nombre del Señor según aquello del Apóstol: Jesucristo, ayer y hoy el mismo por los siglos de los siglos (Heb 13, 8).

Todas y cada una de las cosas que en este Decreto se incluyen han obtenido el beneplácito de los Padres del sacrosanto Concilio. Y Nos, en virtud de la potestad apostólica a Nos confiada por Cristo, todo ello, juntamente con los venerables Padres, lo aprobamos en el Espíritu Santo, decretamos y establecemos, y ordenamos que se promulgue para gloria de Dios todo lo aprobado conciliarmente.

Roma, en San Pedro, 4 de diciembre de 1963.

Yo, Pablo, Obispo de la Iglesia católica

CARTA APOSTÓLICA "MOTU PROPRIO" IN FRUCTIBUS MULTIS

**Con esta se instituye la Pontificia Comisión para las Comunicaciones
Sociales**

(2 de abril de 1964)

PABLO VI

MOTU PROPIO CARTA APOSTÓLICA

EN MULTIS FRUCTIBUS

**Que está dotada de la comisión papal
PARA LAS COMUNICACIONES**

1. Entre los muchos frutos, que, no sin la ayuda y la ayuda de la bondad divina, ya la Iglesia de Cristo se ha informado por el Concilio Vaticano II, que acabamos de contar con el decreto sobre los medios de comunicación social, que, en la sesión pública de la 04 de diciembre del año pasado, fue adoptado felizmente por el propio Consejo, y promulgada nosotros.

2. Estas subvenciones, de hecho - entre ellos tienen un lugar de particular importancia como prensa, televisión, radio y el cine - y de sus relaciones mutuas cercanos, se propone en los problemas de tiempo de tanta importancia como para influir no sólo en la cultura, la civilización y el público en el vestuario, pero la religión en sí, es por eso que ahora exigen no sólo la atención más asidua de los obispos y una actividad de fervor de los fieles, sino también la cooperación inmediata de todas las personas de buena conciencia.

3. Damos mucha importancia a estas herramientas para la causa católica puede ser fácilmente observado por las palabras pronunciadas por nosotros en la misma ocasión solemne: "Más fruta, y de poco valor, de este consejo es el decreto sobre los medios de comunicación, lo que indica que la capacidad que la Iglesia tiene que combinar la vida interior y exterior, la acción a la contemplación, apostolado de la oración. también combinar este resultado, se espera que sea capaz de orientación y estímulo para muchas formas de actividades incluye ahora como una herramienta , en el ejercicio del ministerio pastoral y la misión en el mundo católico. " (1)

4. Por estas razones deseamos mucho que, al igual que otras normas aprobadas, con la asistencia del Espíritu Santo, por el Concilio Vaticano II, por lo que este Decreto es diligente y fielmente ejecutado. En lo que pensamos que hacer una contribución valiosa al establecer sin demora una Comisión Especial que se encarga de toda esta zona.

5. Ya nuestro predecesor de feliz memoria, Juan XXIII, cerca del comienzo de su pontificado, con el Motu Proprio pastoris Boni, (2) había dado una nueva estructura de la comisión permanente, que fue nombrado para "examinar las diversas actividades relacionado con el cine, la radio y la televisión, para incrementar y dirigirlos de acuerdo con la doctrina y las normas contenidas en la encíclica Miranda prorsus directivas y las disposiciones que más tarde vendría dado por la Sede Apostólica ". (3)
6. Esta Comisión, ya que luego se agregan a la secretaria de Estado, (4) las expectativas a su tarea con gran compromiso y entusiasmo para merecer el reconocimiento universal.
7. Los Padres del Concilio Vaticano II también considera necesario que esta Comisión, con la ayuda de expertos, los laicos, de varias naciones, extender su jurisdicción a todos los medios de comunicación, incluida la impresión. (5)
8. Por lo tanto, como con el voto de manera autoritaria de los Venerables Padres, de que el Consejo está de acuerdo en nuestra voluntad, nosotros, al cambiar su nombre y la ampliación de los deberes de la propia Comisión, por iniciativa propia, con conocimiento cierto y después de madura deliberación, en virtud de esta Carta y en forma perpetua se establece la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, y encomendar a la misma, en lo que respecta a los intereses de la religión católica, los problemas relacionados con el cine, la radio y la televisión, así como la prensa diaria y periódica. A continuación, en lo que respecta a la prensa, la Comisión tratará de fomentar las iniciativas que esta Sede Apostólica se consideren necesarios en una industria de tal importancia.
9. Además de las tareas ya asignadas por la Carta Apostólica citada Pastoris Boni, será responsabilidad de la Comisión sobre la ejecución de las directivas y reglamentos del Decreto del Concilio Vaticano II sobre los medios de comunicación social, así, como lo es en el arte. 23 del Decreto, el Ministerio de Educación para elaborar y presentar a nuestra aprobación.
10. Obviamente, la primera preocupación de la Comisión se pagarán, en el espíritu del Decreto del Consejo, para ayudar a los Ordinarios en el desempeño de sus funciones pastorales en esta área. (6)
11. Las relaciones entre la Comisión y de las Sagradas Congregaciones de la Curia romana, todos los cuales esta Carta apostólica no se pretende de ninguna manera el cambio - se regirá por las reglas establecidas en la Carta Apostólica pastoris Boni. (7)
12. ¿Por qué entonces se puede cumplir con las tareas nuevas e importantes, la Comisión se le dará los medios necesarios para su acción y contará con la colaboración de expertos en el campo de los medios de comunicación, que, en número conveniente, será llamado por la Sede Apostólica a formar parte la propia Comisión.
13. De esta manera, esta Comisión Pontificia, que opera dentro de los límites de sus funciones de conformidad con la doctrina de la Iglesia y las necesidades de nuestro tiempo, sin duda, será de gran ayuda para difundir la verdad y por lo tanto, lo mismo para la armonía de los pueblos, ya que, según la enseñanza de Nuestro Predecesor, de feliz

memoria, Juan XXIII: "trabajar por la verdad, sino que también trabaja para la fraternidad humana." (8)

14. ¿Cuál ha sido decretado por nosotros y de acuerdo con este "motu proprio" decreto por el que todo es estable y válido, a pesar de cualquier disposición en contrario.

PABLO VI

NOTAS

Un Discurso de Su Santidad el Papa Pablo VI a los Padres de la Consejo de 4 de diciembre de 1963.

A.A.S. 2, LI, 1959, p. 183-187.

3 Véase *ibid.*, P. 185.

4 Véase: *ibid.*, 187..

5 del Decreto sobre los medios de Comunicación Social, art. 19.

6 Véase *ibid.*, Art. 20-21.

A.A.S. 7, LI, 1959, p. 185-186.

8 Véase el Discurso del Papa Juan XXIII a los miembros de la "Asociación de la Prensa Etrangère en Italie", 24 de octubre de 1961, AAS, LIII, 1961, p. 723.

REGLAMENTO SOBRE LAS GRABACIONES AUDIOVISUALES DE LAS CEREMONIAS Y DE LOS LUGARES DIRECTAMENTE DEPENDIENTES DE LA SANTA SEDE

(13 de agosto de 1965)

REGLAMENTO RODAJE DE CEREMONIAS PARA AUDIOVISUAL Y LUGARES EMPLEADOS DIRECTAMENTE DESDE SANTA SEDE

Artículo 1. Las presentes "Reglas" tiene el propósito de:

a) facilitar, en la medida de lo posible, la aceptación de las solicitudes y audiovisual de cobertura de las ceremonias o los lugares que dependen directamente de la Santa Sede que su propósito y su contribución a la calidad exacta y la información pública a precios asequibles;

b) facilitar la realización de esta cobertura, de modo que se garantice el debido respeto a la misión religiosa y moral de la Santa Sede y ha evitado una perturbación excesiva a las funciones y ceremonias religiosas, o las actividades de las Oficinas de la misma Santa Sede.

Artículo 2. El "Reglamento" se aplica a toda la televisión en directo y grabado, cine, fotografía, radio y grabaciones destinadas a las solicitudes de información pública y puestos a disposición de cualquier persona o entidad en relación con:

- a) las funciones o ceremonias religiosas que tienen lugar augusta presencia del Santo Padre;
- b) los eventos que se llevan a cabo bajo la responsabilidad directa de la Santa Sede o de un órgano de la misma;
- c) personas, lugares, edificios y obras de arte que se encuentran dentro del territorio del Estado de la Ciudad del Vaticano y en las zonas estraterritorialmente dependiente de la Santa Sede.

Artículo 3. Rodar en casos especiales se han autorizado directamente por el Santo Padre, y las realizadas por Radio Vaticano y por sus programas, aunque de difusión en relación con los países extranjeros, no están sujetos a las reglas de este "reglamento".
La cobertura de radio de las ceremonias realizadas por Radio Vaticano sólo puede hacerse en conjunción con él.

Sección 4. Las personas u organizaciones que deseen tomar fotografías o grabaciones como el arte. 2 Actualmente, con el fin de obtener el permiso necesario, una solicitud por escrito a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, Ciudad del Vaticano.

Artículo 5. Las solicitudes para realizar dicha cobertura debe ser firmada por el solicitante o el representante legal de la entidad solicitante, y puede ser acompañada de una recomendación de la autoridad eclesiástica competente.

Las solicitudes deben llegar a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales con anterioridad a la fecha de la hora deseada.

Artículo 6. Las solicitudes para la cobertura debe contener:

- a) una lista de determinadas personas, lugares o ceremonias, y la fecha para la recuperación de los mismos;
- b) la indicación del alcance de la recuperación, si se trata de una película, el guión también se presentarán con el guión, si graba el texto en cuestión;
- c) una declaración relativa a la difusión de imágenes, imágenes o grabaciones (fecha, la cautela sobre la publicidad comercial y similares);
- d) información precisa sobre las personas y el material que se utilizará para la recuperación.

Sección 7. La Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales:

- a) examinará las solicitudes y la capacidad para satisfacerlas;
- b) evaluar si la solicitud de recuperación coincide con lo señalado en el art. 1 del presente Reglamento;
- c) se informe, en el caso de la cobertura de la mayor importancia, especialmente con referencia a la persona del Santo Padre, el Secretario de Estado de Su Santidad y lleva a cabo las instrucciones recibidas. El Secretario de Estado en los casos especiales y urgentes, concederá la autorización necesaria, notificar a la Comisión Pontificia;
- d) emitir ningún tipo de autorización de la recuperación;
- e) informar sobre las noticias acerca de la autorización de la autoridad competente de la Santa Sede y el Estado de la Ciudad del Vaticano.
En el símbolo del Consejo de Administración es responsable de supervisar el estricto cumplimiento de las disposiciones relativas a los disparos.
- f) asegura la atención pastoral adecuada y competente en la propia recuperación.

Artículo 8. El solicitante se le pide que asuma por escrito, en el momento en que fue informado de que el permiso, o antes del inicio de la recuperación o el registro, los siguientes compromisos:

- a) Cumplir y hacer cumplir las personas responsables de disparar el mayor respeto por los lugares sagrados y por todo lo que tiene referencia a la persona venerada del Sumo Pontífice;
- b) poner en la opinión del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales - donde el personaje de la recuperación requiere que - películas y discos, antes de su puesta en servicio;
- c) utilizar el material filmado y el sonido grabados con el único propósito para el cual ha sido la cobertura autorizada;
- d) para entregar en el plazo acordado, el "Cine del Vaticano" una copia negativa de la película de nuevo (véase el Estatuto de la Filmoteca Vaticana, el art. 3, b, Acta Ap. Sedis, vol. 51, 1959, p. 875).

Artículo 9. Para utilizar el material audiovisual grabado con una finalidad distinta de la que se han autorizado la filmación o grabación requiere una nueva autorización por escrito de la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales.

Artículo 10. La cobertura de personal están obligados a cumplir con las disposiciones de la Comandancia de la Pontificia Supervisión, que se encarga, de conformidad con el art. 8, el seguimiento de la misma cobertura.

Artículo 11. En los casos en que tomas de un mismo acontecimiento es solicitado por muchas personas o entidades, el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales se encargará de un acuerdo entre las partes, para evitar un excesivo número de operadores.

Artículo 12. La Autoridad de Palatine, los órganos de la Santa Sede y el Estado de la Ciudad del Vaticano facilitará, dentro de su competencia, la dignidad y la perfecta ejecución de los programas debidamente autorizados en virtud de este "Reglamento".

INSTRUCCIÓN PASTORAL COMMUNIO ET PROGRESSIO

Sobre los medios de comunicación social

(23 de mayo de 1971)

PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

INSTRUCCIÓN PASTORAL
COMMUNIO ET PROGRESSIO
SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PREPARADA POR MANDATO ESPECIAL
DEL CONCILIO ECUMÉNICO VATICANO II

PROEMIO

1. La comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social y de sus instrumentos: la prensa, el cine, la radio y la televisión. Su creciente perfeccionamiento hace que lleguen cada vez más fácilmente a todos los hombres; de día en día influyen más en sus actitudes y en sus vidas, en las que los medios técnicos están cada vez más introducidos.

2. La Iglesia los ve como "dones de Dios" (1), ya que, según designio de la divina Providencia, unen fraternalmente a los hombres para que colaboren así con Su voluntad salvadora.

Una comprensión más plena y un más profundo conocimiento de la comunicación social y del papel de sus instrumentos para el bien de la sociedad, son el objeto ya de algunos documentos del Concilio Vaticano II, especialmente: la Constitución De Ecclesia in mundo(2), el Decreto De Oecumenismo(3), la Declaración De Libertate religiosa(4), el Decreto De Activitate missionali(5) y sobre todo el Decreto dedicado por entero al tema de los Medios de Comunicación Social (6). Este conocimiento más profundo de la materia, basado en el espíritu y la doctrina del Concilio, enseñará a los cristianos a conducirse adecuadamente en el uso de los Medios de Comunicación Social y los animará a trabajar más intensamente en ellos.

3. Por último esta Instrucción Pastoral nacida del mandato del mismo Concilio Vaticano II (7), desarrolla, en general, los principios doctrinales y normas pastorales, sin entrar en aquellos puntos concretos que sólo pueden ser determinados según las circunstancias de cada momento y lugar.

4. Corresponderá por tanto a los Obispos y sus Conferencias, y en las Iglesias orientales a los Sínodos, utilizar gustosamente la ayuda de los peritos y de los organismos diocesanos, nacionales e internacionales, para llevar a efecto esta Instrucción en un esfuerzo conjunto, explicándola más detenidamente y acomodándola a las circunstancias concretas de los hombres y lugares que gobiernan, sin perder de vista la unidad de la Iglesia entera.

Para ello las Conferencias Episcopales aprovecharán la ayuda que sacerdotes, religiosos y laicos, cada uno según su función, puedan aportar, ya que el recto uso de los medios de comunicación social recae en todo el Pueblo de Dios.

5. Es de esperar que esta Instrucción encuentre la cálida acogida de todos los que se ocupan de alguna manera de la comunicación social y de cuantos, con buena voluntad, desean el progreso de la familia humana. Y así se conseguirá, que, por el diálogo y la colaboración, los inmensos bienes que estos instrumentos prometen sean realidad para todos los hombres.

PRIMERA PARTE

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DESDE UN PUNTO DE VISTA CRISTIANO: PRINCIPIOS DOCTRINALES

6. Los instrumentos de comunicación social, aunque directamente se dirijan al individuo, afectan y mueven (8) realmente a toda la sociedad, llevan rápidamente el conocimiento de la vida del mundo de hoy a muchos hombres, mostrando el estilo y mentalidad de nuestro tiempo. Por eso han de ser juzgados como necesarios para las estrechas y cada vez más intensas relaciones y tareas de nuestra sociedad. Y así, les afectan también los mismos principios que regulan y rigen las relaciones humanas bajo un punto de vista cristiano. Por un providencial designio, estos mismos inventos se ordenan a revelar los interrogantes y esperanzas de la sociedad humana, a darles respuesta y a que los hombres se unan más estrechamente. Este es el principio fundamental del que se deduce la valoración cristiana de las posibilidades de prosperidad humana que estos instrumentos aportan.

7. Dondequiera que el esfuerzo humano pretende mejorar las condiciones de la vida terrestre, y especialmente siempre que se trata de los más modernos prodigios de la ciencia humana y los grandes éxitos de la técnica, la visión de los cristianos y su juicio sobre el mismo hombre, sobre las relaciones humanas y sobre la historia entera ve en ellos una respuesta -muchas veces inconsciente- al precepto divino de "poseer y dominar la tierra" (9), a la vez que una participación al plan de Dios Creador y Conservador de las cosas (10). Y en esta consideración y perspectiva se sitúan los medios de comunicación social ya que son muy eficaces para la difusión del conocimiento y, por lo tanto, para toda colaboración. Dios al crear al hombre a su imagen, le dió participación en su mismo poder creador para construir la ciudad terrena (11).

8. Por su propia naturaleza la comunicación social intenta crear en los hombre un mayor sentido comunitario, aumentando el intercambio entre unos y otros. Y así todo hombre unido fraternalmente a los demás contribuye, como llevado de la mano de Dios (12), a realizar el plan divino en la historia. Según la fe cristiana el acercamiento y la comunión entre los hombres es el fin primero de toda comunicación que tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunión divina del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo que existen en una misma vida divina.

9. Los instrumentos de comunicación, pueden sin duda, ayudar mucho a la unidad de los hombres; sin embargo, el error y la falta de buena voluntad pueden producir el efecto

contrario: menor entendimiento entre los hombres y mayores disensiones, que engendran innumerables males. Con demasiada frecuencia experimentamos cómo, a través de los instrumentos de comunicación, se niegan o se adulteran los valores fundamentales de la vida humana. Una mentalidad cristiana deduce de estas aberraciones la necesidad de que el hombre se libere del pecado que entró en la historia humana con la caída original (13).

10. Cuando el hombre por su propia culpa se aparta de su Creador, por el desorden que sigue el pecado, cae en la discordia, después en el enfrentamiento con sus hermanos y por último, en el rompimiento de toda comunión (14). Pero el amor de Dios a los hombres no soporta ser repudiado. Él fue quien inició la comunicación con los hombres, empezando así la historia de la salvación (15) y al llegar la plenitud de los tiempos se comunicó Él mismo con ellos (16): "El Verbo se hizo carne" (17).

Cuando, por su muerte y resurrección, Cristo, el Hijo encarnado, a la vez Palabra y Imagen del Dios invisible (18), liberó a la raza humana, compartió con todos la verdad y la vida de Dios mismo con una nueva y mayor abundancia. El mismo como único mediador entre el Padre y los hombres establece la paz, la comunión con Dios y restaura la fraterna unión entre los hombres (19). Desde entonces el fundamento último y el primer modelo de la comunicación entre los hombres lo encontramos en Dios que se ha hecho Hombre y Hermano y que después mandó a los discípulos que anunciaran la buena nueva a todos los hombres de toda edad y región (20), proclamándola "a la luz" y "desde los tejados" (21).

11. El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto "Comunicador". Por la "encarnación" se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición.

Por otra parte, la comunicación lleva consigo algo más que la sola manifestación de ideas o expresión de sentimientos. Según su más íntima naturaleza es una entrega de sí mismo por amor; y la comunicación de Cristo es "espíritu y vida" (22). En la institución de la Sagrada Eucaristía, Cristo nos dejó la forma de comunión más perfecta que puede darse en este mundo, a saber: la comunión entre Dios y el hombre y, mediante ella, la más perfecta y estrecha unión entre los hombres mismos. Por último, Cristo nos comunicó su Espíritu Vivificador que es el principio de todo acercamiento y unidad (23).

Con la Iglesia, Cuerpo Místico de Cristo y plenitud misteriosa de Cristo glorificado, "El llena todas las cosas" (24) y así hace que en la Iglesia, por la fuerza de la palabra y de los sacramentos, caminemos hacia la esperanza de la unión definitiva, "cuando Dios será todo en todos" (25).

12. "Entre los maravillosos inventos de la técnica" (26) con los que se realiza la intercomunicación social de los hombres, el cristiano encuentra aquellos instrumentos que, por providente designio de Dios, han sido logrados para que prospere la mutua comunicación entre los hombres mientras peregrinan en el mundo, pues establecen nuevas relaciones entre ellos y, por así decirlo, crean un lenguaje nuevo que les permite conocerse más exactamente y acercarse más fácilmente los unos a los otros. Y cuanto más libremente

se comprenden y más cordialmente se vuelven hacia los demás, tanto más caminan hacia la justicia y la paz, la benevolencia y la mutua ayuda, el amor y, consiguientemente, hacia la comunión. Por lo cual los instrumentos de comunicación, se cuentan justamente entre las más eficaces posibilidades y riquezas que el hombre puede usar para confirmar esa caridad que a la vez expresa y engendra comunión.

13. Por lo tanto, todos los hombres de buena voluntad son invitados a trabajar coordinadamente para que los instrumentos de comunicación social sean útiles para el descubrimiento y conquista de la verdad y para el desarrollo y progreso humanos. Y aún más los cristianos quienes por su fe saben que el mensaje del Evangelio, difundido por los medios de comunicación, promueve la fraternidad humana bajo la paternidad de Dios. La mutua comunión y la eficaz colaboración entre los hombres descansan ante todo en su libre voluntad que se mueve por razones unas veces nacidas de la propia mentalidad y otras, de la sociedad o de la técnica. Así, el hecho de ser utilizados por la libertad humana, es lo que da a los instrumentos de comunicación social su importancia y sentido últimos.

14. Por lo cual, como el hombre mismo es la norma en el uso de los Medios de comunicación, los principios morales que a ellos se refieren, deben apoyarse en la conveniente consideración de la dignidad del hombre, llamado a formar parte de la familia de los hijos adoptivos de Dios. Por otro lado, estos principios dimanen de la íntima naturaleza de la comunicación social y de las peculiaridades de cada uno de estos instrumentos. Como se concluye del Decreto *Gaudium et spes*: "Por la propia naturaleza de la de la creación todas las cosas están dotadas de consistencia, verdad y bondad propias y de las propias leyes y orden que el hombre debe respetar..." (27).

15. Así, pues, cuantos quieran situar debidamente los medios de comunicación dentro de la historia de la Creación y de la Encarnación redentora, y asegurar por ello su misma honestidad, tendrán que contemplar al hombre en su integridad y conocer perfectamente la naturaleza de la comunicación social y de sus instrumentos.

Todos "los difusores" (esto es: los profesionales de los medios de comunicación), cada uno según su propia conciencia, deben esforzarse en conseguir la capacitación necesaria para el ejercicio de tal profesión (28)28, y esto tanto más, cuanto mayor sea su responsabilidad. Mayor obligación aún corresponde a quienes deben iluminar y formar el juicio y criterio de otros, sobre todo, si se dirigen a personas de escasa madurez y cultura. Esa necesidad y esa obligación incluyen todo aquello que, de un modo u otro, puede enriquecer o empobrecer la personalidad humana de los individuos o de los grupos sociales.

No debe, pues, omitirse esfuerzo alguno para que "los receptores" (esto es: los que se benefician de lo que leen, oyen o ven) se capaciten para interpretar exactamente cuanto les suministran estos instrumentos, y para beneficiarse lo más posible y poder participar activamente en la vida social; sólo así estos instrumentos conseguirán su plena eficacia.

16. El conjunto de las obras llevadas a cabo por los Medios de comunicación, en cada lugar, debe juzgarse y valorarse en la medida en que sirvan al bien común (29)29, esto es: sus noticias, su arte y sus diversiones han de ser útiles a la vida y progreso de la comunidad.

Estos instrumentos han de informar. Es decir han de dar cuenta de los acontecimientos en su contexto, sin aislarlos de la realidad, de manera que cuantos ven u oyen, comprendan a fondo los difíciles problemas de la sociedad y puedan prestar así su atención y esfuerzo a su perfeccionamiento. Por lo cual ha de mantenerse la debida proporción entre las noticias, la enseñanza y el pasatiempo, y entre las diversiones selectas y populares.

17. Es necesario que toda comunicación se ajuste a la ley primordial de la sinceridad, de la honradez y de la verdad. No bastan, pues, la buena intención y la recta voluntad, para que la comunicación resulte, sin más, honesta. Es además necesario que la comunicación difunda los hechos a partir de la verdad, esto es, que dé una imagen verdadera de las cosas y que ella misma tenga su propia verdad intrínseca. La estima y valor moral de una comunicación no nace sólo de su contenido ni de su enseñanza teórica, sino también del motivo que la determina, del modo y técnica de expresión y persuasión, de las circunstancias y de la diversidad misma de los hombres a los que se dirige (30).

18. La comprensión, el conocimiento mutuo y una colaboración más eficaz de todos, que la comunicación social es capaz de promover de modo admirable, son metas que concuerdan con los mismos fines del Pueblo de Dios, que las confirma y perfecciona. "Pues la promoción de la unidad concuerda con la misión íntima de la Iglesia" ya que ella es "en Cristo como sacramento o señal e instrumento de la unión íntima con Dios y de la unidad de todo el género humano" (31).

SEGUNDA PARTE

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL FACTORES DEL PROGRESO HUMANO

CAPÍTULO I

ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA SOCIEDAD HUMANA

19. Los modernos adelantos de la comunicación humana, congregan, por así decirlo, a los hombres de nuestro tiempo, en un estrecho círculo de diálogo, que persigue la fraternidad y colaboración de todos. A través de estos instrumentos se promueve y difunde el cotidiano diálogo de los hombres entre sí, y así se da origen y curso por doquier al diálogo público de la sociedad entera. La afluencia de noticias y opiniones así difundidas, hace realmente que todos los hombres en todo lo ancho de la tierra, participen de los asuntos y dificultades que afectan tanto a cada uno como a toda la humanidad. Y con esta difusión se realizan las condiciones necesarias para la mutua comprensión y benevolencia y, por lo tanto, para el común progreso.

20. Los instrumentos de comunicación, aceleran la desaparición de las barreras que los tiempos y las circunstancias locales habían levantado entre unos hombres y otros y se nos presentan como artífices de una cercanía más estrecha y de una unidad más firme. Por ellos, cualquier rumor o noticia llega al instante al último rincón del orbe y permite que los hombres sigan mucho más activamente la vida y acontecimientos del mundo de hoy.

También la transmisión de la enseñanza en cualquier grado se beneficia de estos instrumentos, que son maravillosamente útiles, tanto en la lucha contra el analfabetismo, como para la instrucción básica o su perfeccionamiento. Son igualmente válidos para la promoción y auténtica liberación de los hombres, sobre todo en las zonas de lento desarrollo. Más, aún, crean y defienden una mayor igualdad entre los hombres, al permitir que todos los estamentos sociales sin distinción disfruten de los mismos bienes morales y de las mismas diversiones. Finalmente, enriquecen el espíritu, ya que por medio del sonido y de la imagen viva, hacen visibles y concretas las cosas, y a la vez aproximan las regiones más apartadas o los tiempos más remotos. Y en los países menos cultos -aún cuando sus formas culturales y humanas deben ser apreciadas en mucho-, de hecho los ciudadanos terminan por asimilar rápidamente las formas de vida más actuales y modernas.

21. La consideración de tales posibilidades nos persuade a considerar los instrumentos de comunicación social como elementos poderosísimos del progreso humano, por lo que se han de superar con perseverancia las dificultades que pueden traer consigo. Tanto los "difusores", como los "receptores" deben sentirse interpelados por estas dificultades, y esforzarse en dar respuesta a los problemas que plantean. Así, ¿cómo garantizar que las noticias, que tan abundante y constantemente se difunden, y muchas veces de manera confusa a causa de su misma celeridad, se valoren y se discernan con exactitud? Los instrumentos de comunicación social al dirigirse por su misma naturaleza al mayor número posible de receptores, y al optar por una neutralidad que no moleste a nadie, ¿cómo se conseguirá entonces que el pueblo, en una sociedad "pluralista", discerna con seguridad lo verdadero y lo falso, lo bueno y lo malo? ¿Cómo podrá evitarse que, en el juego de la libre competencia, el deseo de popularidad someta estos instrumentos o los empuje a despertar o exacerbar los impulsos menos generosos y honestos del hombre? ¿Cómo se impedirá que un uso excesivo de los mismos ahogue la conversación y el trato personal en nuestra sociedad? ¿Cómo se utilizarán estos medios sin que resulten dañadas las relaciones entre las personas, especialmente cuando la información se transmite por medio de imágenes? Y como muchas veces invitan al hombre a la evasión, ¿cómo lograr que no lo aparten de las realidades de la vida actual? ¿Cómo se evitará que los hombres caigan en la desidia, en la pereza? Finalmente, ¿cómo hacer que una sollicitación constante de los sentidos no termine por imponerse al uso mismo de la razón?

22. El descenso de la moralidad que se percibe en muchos aspectos de la vida actual preocupa profundamente a todos los hombres de buena voluntad; y los signos de esta nueva situación se advierten fácilmente en todos los medios de comunicación social. Es discutible, qué parte de culpa se les pueda imputar en esta situación. Pues muchos piensan que los Medios de Comunicación no son más que el reflejo de las costumbres de la sociedad humana. Otros sostienen que refuerzan y propagan aún más esas tendencias, y que al presentarlas como corrientes en la vida humana, hacen poco a poco que se hagan usuales. No faltan, por fin, quienes quieran atribuir a los medios de comunicación la mayor parte de la culpa.

Como quiera que sea, no puede negarse que la sociedad misma está asediada por estos males y que para remediarlos y corregirlos, es necesaria la intervención de los padres y educadores, de los pastores de almas y de cuantos han de procurar el bien común. En este

laudable intento les corresponde no poco a los medios de comunicación, aunque no se puede evitar que éstos no reflejen la misma vida y las costumbres públicas.

23. Para que se conozcan mejor y se comprendan con más seguridad los beneficios que realmente ofrecen a la humanidad las comunicaciones sociales y para que así, sobre todo, puedan superarse sus dificultades, conviene sopesar profundamente los aspectos principales de la influencia de estos medios en las relaciones humanas.

I. La opinión pública

24. Los instrumentos de comunicación son como un foro público donde los hombres recíprocamente se hablan. En este diálogo, la formulación y el choque de las diversas opiniones que se difunden, afectan profundamente la vida misma de la sociedad, la enriquecen y hacen que vaya madurando su progreso.

25. La "opinión pública", que es característica y propiedad de la sociedad humana, nace del hecho de que cada uno, espontáneamente, se esfuerza por mostrar a los demás sus propios sentimientos, opiniones y afectos, de manera que acaban convirtiéndose en opiniones y costumbres comunes.

Ya Pío XII presenta agudamente la opinión pública como "el eco natural, la resonancia común, más o menos espontánea, de los sucesos y de la situación actual en los espíritus y en los juicios de los hombres" (32).

La libertad de expresar la propia opinión, es factor y elemento necesario en la formación de la opinión pública. Y así ocurre que las opiniones expresadas públicamente revelan a los demás el estado de espíritu y el criterio de importantes grupos, en un determinado contexto de lugar, tiempo y costumbres.

26. La libertad, por la que cada uno puede expresar sus sentimientos y opiniones, es necesaria para la formación recta y exacta de la opinión pública. Conviene pues, con el Concilio Vaticano II, defender la necesidad de la libertad de expresión, tanto para los individuos como para la colectividad, dentro de los límites de la honestidad y del bien común (33). Y puesto que se exige la colaboración de todos para el real progreso de la vida social, es necesaria también la libre confrontación de opiniones para que, aceptadas unas y rechazadas o perfeccionadas otras, y conciliadas y acomodadas las demás, terminen las más sólidas y constantes por crear una norma común de acción.

27. De esto se concluye fácilmente, que la función de los informadores es muy importante: pues tienen una gran influencia para formar las opiniones y para reunir las y difundirlas. Ya que permiten, además, que éstas se comparen entre sí con criterio libre y lúcido.

28. Todos los ciudadanos son invitados a concurrir a la formación de la opinión pública, incluso por medio de delegados que interpreten sus puntos de vista (34). Los que profesionalmente, o por cualidades propias o cualquier otro tipo de motivos, son estimados e influyen en la sociedad, juegan un papel de gran peso en la creación de la opinión pública, al expresar su propia opinión.

Por lo cual su responsabilidad es tanto mayor cuanto más capaces son de arrastrar a otros con su ejemplo.

29. Sólo será lícita la propaganda o "campana publicitaria" cuando su finalidad y métodos sean dignos del hombre, cuando intente servir a la verdad y aproveche al bien común, tanto nacional como universal, sea de los individuos o de las colectividades.

30. En cambio, una forma de persuasión que obste al bien común, que intente impedir la pública y libre opinión, que deforme la verdad o infunda prejuicios en las mentes de los hombres, difundiendo verdades a medias, o discriminándolas según un fin preestablecido, o pasando por alto algunas verdades importantes, daña la legítima libertad de información del pueblo y por ello no debe admitirse en forma alguna. Y esto hay que subrayarlo tanto más, cuanto que el progreso de las ciencias humanas y especialmente de la psicología y de los nuevos inventos en el campo de la comunicación social, confiere un poder cada vez mayor a esta suerte de propaganda.

31. Pero no toda opinión, por el hecho de estar muy difundida y de afectar a un gran número de personas, ha de tenerse sin más por opinión pública. Pues, pueden coexistir, en un mismo lugar y simultáneamente, opiniones contradictorias, aunque una de ellas cuente con el apoyo de muchos. Por el contrario, la opinión de la mayoría no siempre es la mejor ni la más próxima a la verdad. Además la opinión pública cambia con frecuencia, perdiendo unas veces, ganando otras, su fuerza entre las masas. Por todo esto no deben adoptarse demasiado rápidamente las opiniones que están en boca de todos. Es más, puede haber razones obvias, que aconsejen oponerse directamente a ellas.

32. No obstante, las opiniones que corren más abiertamente, dado que manifiestan la mentalidad y deseos del pueblo, deben ser tomadas en atenta consideración, sobre todo, por las autoridades tanto religiosas como civiles.

II. El derecho a obtener y comunicar la información

33. Para que la opinión pública surja de la forma que le es propia, es necesario que, en primer lugar, se conceda a todos los miembros de la sociedad la posibilidad de acceso a las fuentes y a los canales de información, así como la posibilidad de exponer libremente su pensamiento. La libertad de opinión y el derecho a informarse y a informar, son inseparables. Juan XXIII (35), Pablo VI (36), y el Concilio Vaticano II (37), han defendido clara y manifiestamente este derecho a investigar la verdad, que se basa en una auténtica necesidad del hombre mismo y de nuestra sociedad actual.

a) Acceso a las fuentes y medios de transmisión de las noticias

34. Es necesario que el hombre de nuestro tiempo conozca las cosas plena y fielmente, adecuada y exactamente, primero para comprender el mundo, sujeto a mutaciones, en el que se mueve, después para adaptarse a las cosas mismas que con un constante cambio exigen cada día un criterio y juicio, para así participar activa y eficazmente en su ambiente social, y por último para hacerse presente en las distintas situaciones económicas y

políticas, sociales, humanas y religiosas de hoy. Al derecho que nace de estas necesidades apuntadas, corresponde la obligación de adquirir información de las cosas; pues este derecho no podrá ejercerse, si el hombre mismo no se esfuerza por informarse. Por lo cual es necesario que tenga a su alcance ayudas y medios variados entre los que pueda elegir libremente de acuerdo con sus necesidades, tanto privadas como sociales. Sin la diversidad real de fuentes de comunicación es ilusorio, queda anulado, el derecho de información.

35. La sociedad misma, en sus distintos planos, necesita esta información para funcionar adecuadamente. Necesita igualmente, ciudadanos bien informados. Así, este derecho a la información hoy se considera no sólo un derecho individual, sino una verdadera exigencia del bien común.

36. A los que, por profesión, tienen que difundir la información, les corresponde una importante y difícil tarea, frecuentemente expuesta a conflictos. Con frecuencia se ven obstaculizados por aquellos a quienes interesa oscurecer u ocultar la verdad. Esto ocurre especialmente a los corresponsales que transmiten los acontecimientos desde el lugar mismo, para lo cual muchas veces tienen que desplazarse hasta los últimos rincones del mundo (38). E intentando ver "los acontecimientos tal como se desarrollan" (39), muchas veces se ven obligados a exponer sus vidas a grandes peligros; tanto, que muchos han muerto por cumplir su misión. Pues teniendo los hombres derecho a conocer la situación y realidad, especialmente de los lugares en que hay conflictos y guerras que interesan y angustian tanto a toda la humanidad, se ha de proteger siempre y por todos los medios la integridad e incolumidad de esos corresponsales. Por eso la Iglesia lamenta y condena cualquier violencia que se les inflija, a ellos o a cualquier otro informador que, para adquirir o enviar las noticias, reclame y exija el ejercicio de este derecho humano.

37. Además de la dificultad que tiene el hombre de percibir y manifestar la verdad íntegramente, ocurre también que los mismos informadores, cuando tienen que comunicar alguna novedad, tienden a destacar solamente aquellos aspectos más novedosos o de mayor interés.

Otra dificultad se deriva de que los informadores, de entre gran cantidad de noticias, tienen que escoger las que juzgan de mayor importancia y de mayor interés para la curiosidad del público. Con lo que sucede que el conocimiento de un hecho resulta fraccionario y no siempre responde a la total importancia del acontecimiento.

38. Además de esto, los informadores, como tienen que comunicar las cosas íntegras, fácilmente comprensibles y rápidamente, cada vez más, buscan los comentarios de los peritos en las distintas materias, para que expliquen las causas y circunstancias de los acontecimientos y expresen sus propios juicios. No obstante, los hombres fidedignos y conscientes de su cargo, si son gobernantes o dirigentes, con razón rehuyen el describir o comentar un acontecimiento sobre la marcha antes de haber investigado toda la situación y contexto. Por lo cual, como los medios de comunicación, por su misma naturaleza, exigen noticias y comentarios repentinos, ocurre muchas veces que los periodistas más superficiales e ineptos ganan la delantera, siendo además los que encuentran mayores oportunidades de trabajo. Los auténticos profesionales deben cuidar de que esto no ocurra.

En cuanto sea posible, han de esforzarse en obtener las noticias más recientes, de modo que sean ellos quienes se adelanten a dar la información y la den más exacta.

39. Hay aún otra dificultad, y es que las noticias para conservar la actualidad y conseguir la atención del público han de difundirse con la máxima celeridad. Además, la competencia impone sus exigencias comerciales. Y esta necesaria rapidez obstaculiza una verdadera exactitud. Aún más, los informadores han de tener en cuenta el público, sus gustos y culturas y qué es lo que, ante todo, desea conocer y recibir. Aún en estas circunstancias tan difíciles, los informadores deben esforzarse en ser fieles a la verdad al difundir las noticias.

40. Además de estas dificultades que nacen de la misma naturaleza de la información y de los medios de comunicación, se presentan otras a los informadores: han de presentar las cosas a un público, en general apresurado y distraído, de la manera que más atraiga su curiosidad. Pero le está prohibido al informador impresionar al público por medio de tal selección de temas, de tal dramatización de los hechos que puede adulterar la misma noticia.

41. El público, al recibir noticias fragmentadas puede concebir una noción deformada o inexacta de la totalidad. Se podrá de alguna manera restablecer el equilibrio con una continua confrontación de fuentes diversas que, eso sí, siempre habrá que discernir cuidadosamente.

Por último, los "receptores", deben tener en cuenta y comprender bien la situación de los profesionales de la información y no exigirles una perfección absoluta que rebase las posibilidades humanas. Lo que sí tienen, es el derecho y el deber de exigir que se corrijan rápida y claramente las noticias falsas o deformadas, de señalar las posibles omisiones y de protestar cuantas veces los medios de comunicación social hayan deformado los hechos mismos al sacarlos de su contexto o al darles mayor o menor importancia de la que tienen. Este derecho de los receptores de la información puede garantizarse eficazmente por códigos creados por los mismos informadores, o si no los hubiere, por las leyes nacionales o internacionales.

42. Ciertamente el derecho de información tiene determinados límites, siempre que su ejercicio choqua con otros derechos, como son: el derecho a la verdad que ampara la buena fama de los hombres y de toda sociedad; el derecho a la vida privada, que defiende lo más íntimo de las familias y de los individuos (40); el derecho al secreto, si lo exigen las necesidades o circunstancias del cargo o el bien público.

Estando en juego el bien común, la información ha de ser prudente y discreta.

43. La descripción cruda de temas crueles o violentos exige una gran atención y cuidado exquisito. Sin duda, la violencia y la crueldad manchan la vida humana como se comprueba en las más recientes convulsiones. Podrían presentarse siempre que se haga de manera que los receptores las rechacen. Aunque si estas escenas crueles se ponen ante los ojos con excesiva frecuencia y con toda viveza, hay el peligro de deformar la visión exacta de la vida humana y sus reales circunstancias, o de que incluso se engendre -como muchos

peritos piensan- una psicosis o ambiente que hagan de la fuerza y de la violencia formas habituales de resolver los conflictos.

b) La libertad de comunicación

44. Este derecho a ser informado adecuadamente, se relaciona con la misma libertad de comunicación. La vida social se apoya de hecho en el intercambio y diálogo constantes de los individuos y de los grupos entre sí. Esto es absolutamente necesario para la mutua comprensión y cooperación. Al intervenir en este contacto, la voz de los instrumentos de comunicación cobra una nueva dimensión, ya que así en la vida y progreso de la sociedad toman parte muchas más personas.

45. El hombre es un ser social; por ello, le es necesario manifestar sus pensamientos y compararlos con los de los demás. Y esto es hoy más necesario que nunca, cuando son los grupos o equipos más que cada hombre aisladamente, quienes realizan las obras de investigación y los descubrimientos. Por lo demás, cuantas veces los hombres, según su natural inclinación, intercambian sus conocimientos o manifiestan sus opiniones, están usando de un derecho que les es propio, y a la vez ejerciendo una función social.

46. Las sociedades "pluralistas" que admiten la diversidad de partidos comprenden perfectamente cuánto interesa poder difundir libremente noticias y opiniones, para que así los ciudadanos participen activamente en la vida social y así garantizan esa libertad con leyes oportunas. La Declaración Universal de los Derechos del Hombre ha proclamado esta libertad como un derecho primario, afirmando también implícitamente la necesaria libertad de los medios de comunicación social.

47. En la práctica, esta libertad de comunicación, incluye la libertad de los individuos y los grupos para investigar, para difundir a todas partes las noticias y para utilizar libremente los medios de información. Sin embargo, una libertad de comunicación que en su ejercicio no tenga en cuenta las exigencias intrínsecas y los límites del derecho a la información más serviría en realidad al difusor o informador que al público.

III. Educación, cultura y ocio

48. En el vasto campo de la educación, se abren cada vez más amplias e importantes funciones a los medios de comunicación social. En muchos lugares los medios audiovisuales, las cintas sonoras y visuales (cassettes) y los aparatos de radio y televisión han llegado a ser instrumentos corrientes en la enseñanza, que hacen accesibles, a cada vez mayor número de personas, el quehacer de los expertos en cualquier materia. Por otra parte los instrumentos de comunicación social ayudan y potencian los sistemas de enseñanza ya establecidos, a la vez que permiten que los adolescentes y los adultos puedan completar su instrucción. Y donde los medios pedagógicos sean insuficientes, pueden servir para la educación religiosa, y para remediar de muy distintas formas el analfabetismo. Enseñan también la agricultura, la higiene, la medicina y las normas de la promoción comunitaria.

En cuanto sea posible, esta utilización de los medios de comunicación debe constituir un auténtico diálogo, de forma que, los discípulos participando de su poder creador, no sólo se instruyan, sino que se acostumbren a expresarse por estos mismos medios.

49. Los medios de comunicación, que de por sí constituyen ya una clara expresión y parte notable de la cultura actual, permiten, de un modo peculiar, poner al alcance de gran parte y aun de todos los hombres, las obras artísticas y culturales más importantes. Y constituyen así un auténtico progreso de la sociedad humana, tanto como la misma superación y supresión de la desigualdad social y económica.

50. Estos medios son capaces de enriquecer notablemente la cultura de hoy. Y los informadores deben ser conscientes del derecho de todos a participar en la cultura y por ello han de usar decididamente los llamados "Medios de Masa" para llegar a un número mayor de grupos y de personas. Estos medios permiten también atender y servir a los distintos grupos y niveles de cultura ya que con eficacia y amenidad presentan obras de todos los géneros artísticos.

El público puede así usar fácilmente estos medios para cultivar su mente y perfeccionar su espíritu, con tal de que añada su propia reflexión, e intercambie su pensamiento y sus puntos de vista con los demás.

51. Un ejemplo de la utilidad de los instrumentos de comunicación en el campo de la cultura, lo encontramos en el folklore y el arte de muchas regiones, en las que las narraciones, representaciones teatrales, canciones y danzas encierran un tesoro secular de la cultura de un pueblo. Por su perfección técnica, los instrumentos de comunicación pueden difundir ampliamente esos bienes de la cultura nativa y conservarlos en grabaciones para que así una y otra vez se disfrute de ellos y lleguen a lugares donde se habían perdido. De esta forma, ayudan a imprimir en un pueblo el sentido de su identidad cultural y a expresarlo, y también a deleitar y enriquecer otras culturas y pueblos.

52. No puede olvidarse que muchas obras de notable valor -sobre todo en la música y el teatro- se representaron primero como espectáculos de esparcimiento, de donde se comprueba que estas diversiones pueden ser muy útiles a la cultura (41). En nuestros días, por los medios de comunicación, los más elevados géneros artísticos procuran, a un creciente número de personas, una recreación -en el sentido más pleno de la palabra- cada vez más necesaria en nuestra sociedad tan complicada. El simple deleite tiene también su importancia, ya que libera al pensamiento de las preocupaciones diarias y llena útilmente el tiempo libre. Por eso la variedad de obras que estos medios nos ofrecen para llenar el ocio es muy útil al hombre actual. Sin embargo los oyentes deben moderarse para que el arte y belleza de las mismas obras que se exhiben o el afán de saber no les lleve a abandonar las obligaciones ni pierdan inútilmente el tiempo.

53. Los mismos medios de comunicación son un capítulo nuevo de la cultura actual ya que afectan a la vez a masas humanas. Pueden enriquecer la cultura y también despojarla de su belleza y dignidad, porque con frecuencia se acomodan a la capacidad y comprensión del nivel cultural más bajo de oyentes o lectores. Y como se dedica a estos medios de comunicación tanto espacio, puede el hombre perder el tiempo en un ejercicio mediocre de

su entendimiento y despreciar las cosas más elevadas y útiles. Una continuada contemplación de obras un tanto superficiales, casi fatalmente hará que se deteriore la delicadeza y profundidad de juicio de quienes habían ya conseguido una cultura superior. Este peligro sólo se evitará si el productor no solamente se preocupa por los valores culturales, sino que añade a esa buena voluntad un amplio conocimiento del arte de educar. Los instrumentos de comunicación pueden además, alcanzar un altísimo grado de perfección artística, sin que por ello resulten más difíciles o inaccesibles a la mayoría.

IV. Las artes

54. Los modernos sistemas de comunicación difunden al mundo entero las formas artísticas antiguas, y a la vez crean nuevos géneros. La red de comunicaciones cubre todo el mundo y multiplica las posibilidades de relación entre los pueblos; además para muchas obras se requiere la colaboración de autores de naciones diversas, siendo normal que los autores y usuarios de estos medios busquen unos criterios de carácter universal, válidos para todas las formas artísticas antiguas y modernas, capaces además de incorporar y respetar el arte de todas las naciones y culturas, y de las minorías dentro de cada cultura.

55. La importancia y valor de las obras de arte han de ser estimadas como algo objetivo. La belleza eleva espontáneamente el espíritu de quien la contempla. Cualquier obra artística puede reflejar y manifestar la condición humana hasta su último repliegue, puede descubrir, por medio de los sentidos, las realidades espirituales y morales, puede dar al hombre un mayor conocimiento de sí mismo, y lo que es más valioso, no sólo en el plano literario y artístico, sino también en el de la moral y la religión.

"Cuando vosotros, escritores y artistas sabéis sacar de las vicisitudes humanas, por humildes y tristes que sean, un acento de bondad, súbitamente un rayo de belleza inunda vuestra obra. No se os pide que os convirtáis en moralistas, sino que tengáis fe en vuestro poder secreto: hacer entrever el campo de luz que hay tras el misterio de la vida humana" (42).

56. Quien quiera comprender la mentalidad y carácter de una época, tendrá que investigar, además de la historia y sus acontecimientos, también las obras literarias y artísticas porque ellas, con mayor profundidad y lucidez y con mayor exactitud que cualquier descripción, muestran el genio, los ideales, los pensamientos y el estilo de cada pueblo. Hasta cuando los artistas con su fantasía parecen escapar de este mundo real, permiten un conocimiento profundo de la naturaleza y ser humanos. Las mismas obras de imaginación, nacidas del talento del actor, representando la vida y hechos de los hombres en un marco ficticio, a su modo enseñan la verdad. Pues aunque no sean reales objetivamente, sin embargo descubren la realidad de la vida en la medida en que éstas recojan elementos de la vida humana (43). Más aún, estas obras nos descubren las fuentes mismas del dinamismo del hombre, desentrañándolo de tal manera que los espíritus clarividentes pueden en ellas adivinar las líneas del progreso humano.

57. El Papa Pío XII enseña que la vida humana "no se podría comprender, al menos en los grandes conflictos, si se cierran los ojos a los crímenes y a los vicios que tantísimas veces los causaron (...). ¿Puede una película ideal tomar como argumento tal tema? Los grandes

poetas y escritores de todos los tiempos y de todos los pueblos han abordado esta difícil y cruda materia y lo seguirán haciendo en adelante. Siempre que el conflicto con el mal, y aun su victoria pasajera, en relación con todo el conjunto, sirve para la mayor comprensión de la vida, de su recta dirección, del dominio de su propia conducta, del esclarecimiento y consolidación del criterio y de la acción, entonces esa materia puede ser elegida y tratada, como argumento parcial, en la entera acción del espectáculo. Se aplica el mismo criterio que debe sobreentenderse en todo género artístico similar" (44).

Se trata entonces de una obra útil para el progreso moral; pues el valor artístico y la bondad moral, que ciertamente son distintos, no sólo no se oponen sino que mutuamente se reclaman y refuerzan.

58. Una obra de arte crea dificultades en el orden moral cuando sus espectadores, sea por su edad, por ignorancia o por defecto en su formación, no pueden, debidamente o sólo muy difícilmente, discernir lo malo y deshonesto. El artista contempla la vida humana entera en todos sus elementos, buenos y malos; pero no ocurre lo mismo al conjunto de espectadores. Se requiere pues prudencia y discreción siempre que una obra de arte llega a un público heterogéneo, en el que hay hombres de categorías muy diversas, y esto especialmente cuando el tema sea la lucha del hombre contra el mal.

V. La publicidad

59. La importancia de la publicidad en la sociedad de nuestro tiempo crece de día en día y nadie escapa a su influencia. Es ciertamente muy útil a la sociedad. Por ella el comprador conoce los bienes que puede necesitar y los servicios que se ofrecen, y así también se promueve una más amplia distribución de los productos. Con esto se ayuda al desarrollo de la industria, que contribuye al bien general. Esto es laudable con tal que quede siempre a salvo la libertad de elección por parte del comprador, y aunque se utilicen las necesidades primarias excitando el deseo de unos bienes, la publicidad debe tener en cuenta la verdad dentro de su estilo característico.

60. Pero si la publicidad presenta al público unos artículos perjudiciales o totalmente inútiles, si se hacen promesas falsas en los productos que se venden, si se fomentan las inclinaciones inferiores del hombre, los difusores de tal publicidad causan un daño a la sociedad humana y terminan por perder la confianza y autoridad. Se daña a la familia y a la sociedad, cuando se crean falsas necesidades, cuando continuamente se les incita a adquirir bienes de lujo cuya adquisición puede impedir que atiendan a las necesidades realmente fundamentales. Por lo cual, los anunciantes deben establecerse sus propios límites de manera que la publicidad no hiera la dignidad humana ni dañe a la comunidad. Ante todo debe evitarse la publicidad que sin recato explota los instintos sexuales buscando el lucro o, que de tal manera afecta al subconsciente, que se pone en peligro la libertad misma de los compradores.

61. Por el contrario, un uso prudente de la publicidad puede estimular a un mayor progreso, de manera que el público se esfuerce en elevar el nivel de las condiciones de su vida. Pero se sigue un grave daño si de tal manera se alaban y aconsejan unos bienes, que unos grupos, principalmente los que se esfuerzan en salir de la pobreza, buscando un digno nivel de vida,

ponen su progreso en satisfacer unas necesidades ficticias, les dedican una gran parte de sus bienes y así posponen a ello el cubrir necesidades verdaderas y conseguir un auténtico progreso.

62. La gran cantidad de dinero empleado en la publicidad amenaza, en sus fundamentos mismos, a los instrumentos de comunicación, porque el estilo mismo de estos anuncios, lleva consigo el peligro de que el público juzgue que los medios de comunicación social no tienen más objetivo que estimular las necesidades humanas para propagar el uso de cualquier producto. También, la libertad misma de los medios de comunicación puede peligrar por la presión de los medios económicos.

Como los medios de comunicación social están apoyados en una economía, sólo podrán subsistir aquellos que consiguen mayores ingresos de la, publicidad.

Se abre, así, camino a los monopolios y se pone en peligro el derecho de recibir anuncios o de rechazarlos y el mismo diálogo social. En el uso de los medios de comunicación social ha de garantizarse "el pluralismo" y defenderse con leyes adecuadas contra el peligro que nace de que las inversiones procedentes de la publicidad vayan a parar exclusivamente a los medios más poderosos.

CAPÍTULO II

CONDICIONES APROPIADAS PARA UNA ACTUACIÓN EFICAZ

63. Para que los instrumentos de comunicación social sirvan realmente a los hombres, se ha de reconocer en ellos, ante todo, la importancia del factor humano que sobrepasa a la misma técnica maravillosa de la mecánica y la electrónica. Las funciones que en la sociedad corresponden a estos medios de comunicación no se ejercen de forma mecánica; tanto los informadores como los usuarios han de estar suficientemente instruidos y capacitados, de manera que pueden recibir todo el beneficio de estos medios.

Es pues necesario que todos sean conscientes de la peculiar tarea que les corresponde y que tanto los individuos como los grupos, que participan en la intercomunicación social, se preparen para ello. Las autoridades civiles, los pastores de la Iglesia, y los educadores deben cumplir sus propias funciones, de modo que se obtenga plenamente el bien de la sociedad que estos medios nos permiten esperar.

I. Formación

64. Urge, ante todo, una formación que inculque profundamente los principios que han de regir el uso de los medios de comunicación social; principios que a todos afectan, pues los instrumentos de comunicación social, enriquecen el entendimiento y el espíritu humanos, con tal que se comprendan exactamente su naturaleza y uso; por el contrario, disminuyen la libertad de los que sólo superficialmente captan su valor. Por ello, esta formación debe incluir unos principios claros y concretos sobre la peculiar naturaleza de cada uno de los instrumentos de comunicación social, sobre su situación, uso y recta aplicación, teniendo especialmente en cuenta al hombre y a la sociedad.

a) De los receptores

65. Los usuarios necesitan una instrucción básica, para poder sacar de los medios de comunicación social el mayor provecho posible, no sólo con miras personales, sino para poder ser capaces de participar en el intercambio y diálogo social y en la colaboración de los miembros de la comunidad y poder encontrar los más adecuados caminos para realizar la justicia internacional, logrando la superación de las estridentes diferencias entre los pueblos ricos y los subdesarrollados.

66. Por lo cual, los usuarios necesitan una formación puesta al día y adaptada, suficiente y accesible. Los más competentes deben ayudar a esta formación continuada por medio de conferencias, círculos, "foros", reuniones y cursos de renovación.

67. Nunca será demasiado pronto para inculcar en los jóvenes el criterio y sentido artístico y la conciencia de la propia responsabilidad moral en la selección de las publicaciones, películas y emisiones de televisión, ya que los niños y adolescentes pueden ser perjudicados más fácilmente, y por el contrario unos hábitos más firmes y un dominio de sí mismos, conseguidos en esa edad, les beneficiarán durante toda su vida. Los niños y los adolescentes tienen admirables cualidades de generosidad, entrega, sencillez y sinceridad. Estas cualidades, junto con el dominio de sí mismos, podrán conservarlas sólo si desde el principio son cultivadas y preservadas. Así los padres y formadores exhortarán y guiarán a los niños para que ellos mismos escojan entre las diversas formas de comunicación que se les ofrecen, aún reservándose convenientemente la última palabra en esta elección. Y si alguna vez tienen que disentir de sus hijos y oponerse a su opinión, a la hora de elegir entre estas formas de comunicación, cuiden de explicarles con claridad las razones de esta oposición; pues siempre se logra más, persuadiendo que prohibiendo, especialmente cuando de educar se trata. Recuerden igualmente que el entendimiento y la psicología del niño no son los de un adulto, y así, una forma de comunicación que para un mayor carece de interés, puede convenir a los niños y jóvenes.

Es preciso que muchos jóvenes lleguen a ser maestros y guías de sus compañeros. Tener la misma edad les permite estar abiertos a nuevas formas culturales y les da entrada al grupo del que son compañeros. La experiencia demuestra la eficacia de este sistema.

68. Es muy útil que los padres y educadores sigan las emisiones, películas, publicaciones que más atraen a los jóvenes, y de las cuales, después podrán discutir con ellos y despertar y educar su sentido crítico.

Siempre que se presenten obras de arte ambiguas o desorientadoras, los padres, oportunamente deben ayudar a sus hijos guiándoles para que descubran en ellas la bondad humana, considerándolas en todo su conjunto y analizando sus diversos aspectos.

69. Esta formación se ha de desarrollar en las mismas escuelas con un método y sistema determinados, para que según sus distintos niveles los alumnos lleguen gradualmente al conocimiento y aplicación de los principios, a la lectura e interpretación de las obras

modernas. En los planes de estudio, debe tener un puesto esta enseñanza que será después desarrollada en reuniones y ejercicios prácticos dirigidos por expertos.

70. Es claro que ni padres ni formadores cumplirán adecuadamente esta misión si ellos mismos no estiman los medios de comunicación. Tanto más, cuanto que ellos quizás no se formaron rodeados de estos instrumentos y por ello les será más difícil, que a los jóvenes de hoy, entender su "lenguaje". Los padres se ven angustiados ante el modo tan abierto cómo los medios de comunicación abordan todas las cuestiones y dificultades en todos los campos, sea de la sociedad civil, sea de la Iglesia. Y precisamente, porque les importa tanto que sus hijos usen rectamente de estos medios, deben, con todo, confiar en ellos, persuadidos de que sus hijos nacidos, crecidos y formados en una sociedad distinta, están dispuestos para reaccionar contra las muchas y diversas influencias que han de soportar.

b) De los informadores

71. Hay profesionales que, aun trabajando en los medios de comunicación social, carecen de la suficiente preparación en este campo. Para promocionarlos en su labor necesitan una capacitación adecuada. Por eso es oportuno recordar que deben erigirse cátedras de comunicación social en las Universidades, que den los correspondientes grados académicos. Los informadores son los responsables principales de la comunicación; antes han de dominar su teoría y su práctica.

72. Los informadores han de conocer no sólo su profesión, sino la misma realidad humana. Y si los medios están al servicio del hombre, los informadores deben empeñarse en ese servicio. Sólo quienes de veras comprendan y amen auténticamente a los hombres podrán mostrar ese deseo y espíritu de servicio. Además, tanto mayor aliciente encontrarán los informadores en el ejercicio de su profesión y tanto mayor bien aportarán a los hombres, cuanto más conscientes sean de que al otro lado del medio de comunicación, que transmite su voz o su rostro, viven hombres reales, hombres y mujeres de carne y hueso. Cuanto más se esfuercen por conocerlos profundamente, por penetrar y calibrar su pensamiento, tanto más acertadamente adaptarán su palabra a las necesidades de sus receptores. Con ello, los instrumentos de comunicación crearán una comprensión más profunda entre los hombres y una más íntima comunicación de las voluntades.

II. Posibilidades y obligaciones

a) De los realizadores

73. Los realizadores son promotores y animadores del diálogo en la sociedad humana. Ellos dirigen este intercambio que los instrumentos de comunicación social constituyen en el mundo entero. Ellos pues tienen que atender, de manera especial y más profunda, a los fines de la comunicación social, que son: colaborar de todos los modos posibles al progreso humano y llevar a los hombres a unas relaciones de verdadera comunión.

74. Por ello, al escoger los temas que van a presentar, los realizadores cuidarán de que se tengan en cuenta las circunstancias del público y se dé debido lugar a las opiniones de todos los grupos que gozan de seriedad y peso. Para lograrlo, han de prever quiénes serán

sus oyentes o espectadores y obtener así una cooperación previa. De esta manera podrán adaptarse a las necesidades de todo el público y a sus posibilidades, habida cuenta de su edad, clase social, grado de cultura e instrucción. Y sólo así, por medio de hombres suficientemente instruidos y libres, conscientes de sus deberes, se establecerá en la sociedad el continuo y gran diálogo que los mismos instrumentos de comunicación social hacen posible.

75. Los informadores "atentos continuamente a la observación de los hechos, como atisbando por una ventana abierta al mundo, han de escrutar los acontecimientos, las opiniones y las corrientes del pensamiento humano" (45)45. A ellos corresponde no sólo confirmar la verdad de los hechos, sino además, destacando con sus comentarios lo más notable de ellos, desentrañar su sentido e iluminar la conexión de unos con otros. Así ayudarán a los usuarios a situar en el contexto total de los acontecimientos, con recto orden de valoración, las noticias que reciben indiscriminadamente; de este modo podrán juzgar y tomar decisiones que afectan a la vida de la sociedad.

76. Los informadores no deben olvidar que necesariamente una cantidad inmensa e indeterminada de personas será afectada por esos instrumentos de comunicación social. Y sin traicionar ni al genio ni al arte, han de pensar en el poder y en las obligaciones que comporta su profesión. Pues su influencia puede contribuir de forma increíble al progreso y felicidad humanos.

Su sentido de la equidad y su integridad ha de respetar las minorías. Y si de hecho o por la misma legislación, algunos instrumentos de comunicación disfrutan de monopolio, tanto más es necesario este difícil equilibrio, cuanto que, de por sí, el monopolio tiende a sustituir el diálogo por el monólogo.

77. Los realizadores que deshonran un arte y su obra dejándose llevar exclusivamente del interés económico o del ansia de la popularidad, tan efímera, no sólo sirven pésimamente a sus clientes, sino que tarde o temprano ofenden la fama y estima de su profesión.

78. Para que la comunicación, de cualquier tipo que sea, procure siempre el mayor bien y utilidad, y para que los mismos informadores se sientan ayudados a perfeccionarse, los críticos tienen una función irremplazable. Son, como censores domésticos, ya que ellos mismos son a su vez informadores. Por su profesión de críticos podrán también anticiparse a las censuras venidas desde fuera.

Es necesario que todos comprendan y estén convencidos de que el alma de este arte son la integridad y la probidad. Y así, movidos siempre por un sentido de la justicia y por el deseo de la verdad, los críticos darán a conocer con un juicio verdadero y ecuánime, cuanto de laudable y recto, y cuanto de viciado o erróneo haya en las realizaciones. Sólo así serán de verdad útiles a los usuarios, ayudándoles a juzgar con acierto las producciones que se les ofrecen. No puede menospreciarse la importancia de su función, realmente creadora, especialmente, cuando la agudeza de su sensibilidad y de su ciencia ahondan en las obras de arte y descubren sentidos y riquezas ocultos quizá a sus mismos autores. Los críticos, sin embargo, han de mostrarse de tal manera modestos que no atraigan hacia sí la atención del público, apartándoles de las obras que juzgan.

79. Las asociaciones de informadores, con su esfuerzo, constante intercambio, y mutua ayuda, podrán remediar eficazmente las dificultades inherentes a la profesión. Reunidos en organizaciones podrán, partiendo de unos principios seguros y de la experiencia, redactar normas o códigos que sirvan para orientar los proyectos y la tarea de todos los informadores, según los postulados de toda la comunicación social. Estas normas o códigos de actuación han de ser más bien positivas que negativas y no deben solamente señalar lo que se ha de evitar, sino más bien persuadir de lo que se ha de hacer para mejor servir a la humanidad.

80. Los medios de comunicación exigen inversiones importantes para constituirse, para desarrollarse y seguir el ritmo de una sociedad en progreso. Los directores y propietarios de estos medios acuden directa o indirectamente al capital, público o privado. Este puede prestar un apoyo muy útil a los medios de comunicación, siempre que se discierna a qué proyectos se debe ayudar, buscando no exclusivamente el lucro, sino el auténtico beneficio de la humanidad. Por lo demás, si el capital es consciente de que los medios de comunicación, a la vez que una inversión productiva son un servicio a la cultura humana y social, se abstendrá de interferirse en la legítima libertad de los informadores, de los realizadores y del público.

b) Los usuarios

81. El público tiene en este campo unas posibilidades -y por ello también unas obligaciones- más graves de lo que generalmente se cree. Un diálogo auténtico depende en gran parte de los mismos receptores. Si ellos soportan el influjo de la información como oyentes mudos, la comunicación se orientará en un sentido único, sin respuesta, por más que los informadores intenten establecer diálogo.

82. Los receptores serán realmente parte activa, si interpretan rectamente las noticias presentadas, juzgándolas y ponderándolas según su fuente y contexto; si las escogen con prudencia y diligencia y un espíritu crítico exigente; si en los casos necesarios completan la información recibida con datos adquiridos de otras fuentes; si no dudan de manifestar con franqueza su asentimiento, sus reservas o su abierta desaprobación.

83. Podría objetarse que los hombres que forman este foro público, pueden hacer muy poco aislados e individualmente. Pero no se olvide que asociados y unidos tienen gran fuerza. Igual que los profesionales de la comunicación, también los simples ciudadanos deben coordinarse en asociaciones de usuarios, o prestar su colaboración a otras instituciones que buscan fines semejantes aunque más amplios.

III. La colaboración

a) Entre los ciudadanos y las autoridades

84. Los instrumentos de comunicación afectan al progreso de la sociedad entera; por ello, todos los ciudadanos y los legisladores están obligados a ciertos deberes en este campo. A

todos les conviene defender la libertad y las condiciones indispensables para poder actuar con plena conciencia de sus obligaciones, respetar la persona humana y garantizar el bien de la propia nación y de toda la humanidad.

85. Así, la comunidad política exige ante todo que los individuos y los grupos sean los artífices y los censores de sus proyectos y asuman las responsabilidades de los mismos ya sea como informadores ya como receptores. Es conveniente y aun necesario que los profesionales establezcan asociaciones con este fin.

86. A este respecto, la función de los gobernantes debe ejercerse de manera más positiva que negativa: su acción no ha de concebirse como exclusivamente prohibitiva o represiva, aunque su intervención, a veces, sea necesaria para corregir o enmendar. El Concilio Vaticano II, enseña que la libertad humana mientras sea posible, ha de ser fomentada y protegida y sólo puede ser restringida en cuanto lo exija el bien común (46); la censura, por lo tanto, se reducirá sólo a los casos extremos. La misma autoridad pública debe someterse al principio de subsidiariedad, tantas veces expuesto por el Magisterio de la Iglesia; o sea: no hacer lo que cada persona, o los grupos, pueden realizar y llevar a cabo también o mejor que el mismo poder público.

87. Según este principio, conviene que se dicten leyes que protejan la libertad de expresión, a la vez que el derecho a la información, y garanticen ambos derechos, frente al poder o las presiones económicas. Las leyes también deben asegurar y conceder a los ciudadanos la total facultad de juzgar con detalle la administración de estos instrumentos, sobre todo, cuando su monopolio está en manos del gobierno. Es indudable que hoy el uso de estos medios exige la norma de unas leyes que protejan eficazmente su variedad y multiplicidad frente a una excesiva abundancia producida por la competencia económica, a la vez que defiendan la dignidad humana de las personas y grupos y el nivel de la cultura, y permitan finalmente unas condiciones en las que se ejerza la libertad religiosa en el uso de estos medios.

88. Especialmente se recomienda a los profesionales y a los grupos del campo de la comunicación que creen asociaciones fundadas en leyes que aborden y promuevan todos los aspectos que les afectan. Convóquense a ellas representantes de las distintas organizaciones y estamentos de la nación o comunidad. Con ello se evitará, de una parte la interferencia de cualquier autoridad civil o de la fuerza del poder económico, y de otra, se establecerá una colaboración de todos los informadores, por la que la actividad de los medios de comunicación social servirá mejor al bien común. En algunos lugares acaso será necesario que las mismas autoridades creen organismos de control, que por la misma ley deben estar constituidos de forma que se atiendan las distintas opiniones y líneas de pensamiento de toda la comunidad.

89. En cuanto les sea posible, las leyes defenderán a los jóvenes de los daños tan graves y a veces tan duraderos, que ciertos programas pueden causarles en su voluntad y en su criterio moral. Tratándose de niños y adolescentes la legislación ha de prestar su colaboración a la tarea educativa de la familia y de la escuela.

90. Igualmente, las leyes exhorten e insten a que se destinen fondos a las obras que se refieren a los instrumentos de comunicación social y que claramente beneficien al bien común, como son algunas agencias de noticias, libros o publicaciones propiamente educativos, cine y emisiones infantiles, de las que apenas se puede esperar ganancia. Otro tanto debe decirse de los espectáculos cinematográficos de gran valor, de obras de grandes escritores y de otros espectáculos que por estar destinados a minorías especializadas difícilmente podrían realizarse.

91. La responsabilidad de los poderes públicos, en lo que se refiere a los instrumentos de comunicación social, se extiende a todo el orbe; por medio de asambleas internacionales se ha de procurar que en todos los países se establezcan y perfeccionen los medios de comunicación social y por encima de toda discriminación racial y de todo monopolio. Los satélites de comunicación serán objeto de convenios internacionales. Y así se podrá conceder a todos los pueblos un lugar digno y proporcionado en este diálogo y coloquio del mundo entero.

b) Entre los pueblos

92. Entre las muchas formas de cooperación internacional, que la naturaleza misma de los medios de comunicación exige, tiene especial importancia la ayuda para crear y perfeccionar estos mismos medios en los pueblos en vías de desarrollo. La falta o insuficiencia de medios de comunicación social son signo de subdesarrollo de una sociedad; esta falta es a la vez causa y efecto del desarrollo. Sin los medios modernos de comunicación, ninguna nación puede proporcionarse la necesaria información e instrucción; con lo cual se pone en peligro el desarrollo económico, social y político.

93. "El progreso es el nuevo nombre de la paz" (47) ha proclamado el Papa Pablo VI. Los países industrializados, al igual que en los demás campos, también en el de los instrumentos de comunicación, deben ayudar a los países atrasados para que preparen técnicos y peritos, y proporcionarles la ayuda técnica necesaria. Pues a estos países desarrollados les corresponde la obligación de promover no sólo el bien propio, sino además la prosperidad y progreso de toda la humanidad. Esa obligación es tanto más urgente cuanto más rápido y admirable es el progreso técnico. Las naciones en desarrollo deben ser ayudadas por las otras, de tal manera que dentro de sus propias fronteras se establezcan instituciones para los medios de comunicación, y así se evite que los que se preparan para estas profesiones tengan que hacerlo fuera, con grave detrimento de su propio país, por el peligro de que los cerebros más dotados se pierdan para su propia patria.

94. Con todo, esta ayuda debe respetar y conservar cuidadosamente las tradiciones y costumbres de los pueblos y sus modalidades artísticas y literarias, tan ricas en valores humanos. Esta colaboración cultural y social no es una limosna, sino un intercambio de bienes para común enriquecimiento.

95. En los países en vías de desarrollo, especialmente en aquellos en los que el analfabetismo impide el desarrollo integral, los medios audiovisuales pueden comunicar un conocimiento utilísimo al servicio de la agricultura, la industria, el comercio, la higiene y salud públicas, la instrucción de los individuos, la estabilidad de la familia y al servicio de

las relaciones y sentido social de esos pueblos. Como esta tarea difícilmente puede ser lucrativa, habrá que acudir a la generosidad de los particulares e instituciones privadas de las naciones más ricas y aun de la ayuda de los organismos internacionales.

c) Entre los cristianos, los creyentes y los hombres de buena voluntad

96. Los medios de comunicación social no conseguirán su finalidad de contribuir al progreso humano, si a la vez no se enfrentan a los interrogantes y dificultades que acucian al hombre y si no aseguran la esperanza de nuestro tiempo, favoreciendo una amplia comunión entre todos los hombres que creen en un Dios viviente, y especialmente entre los que están unidos por el Bautismo, como enseñan los Decretos sobre Ecumenismo y sobre Religiones no cristianas del Concilio Vaticano II (48).

97. Los mismos cristianos, por otra parte, usando estos medios de comunicación, sabrán comprender mejor la situación y naturaleza del mundo actual que muchas veces vive apartado de Dios. Los autores teatrales y los periodistas, dibujan de alguna manera esta alineación del hombre, afirmando con talento e ingenio su libertad. Esta habilidad y fuerza creadora son motivo de gratitud por parte de todos (49)49.

98. Los creyentes de todo el mundo inflamados por su fe, pueden ayudar eficazmente a estos medios de comunicación no sólo para que el progreso humano, social y moral sea constante, sino para que, con la ayuda de Dios Providente y en unas condiciones más favorables, se prepare un diálogo más elevado y universal que lleve a los hombres a expresar mejor, en su propia vida, la fraternidad bajo el Dios eterno Padre de todos.

99. Esta colaboración, esta ayuda mutua, puede llevarse a cabo de muchas maneras. Recordemos algunas, las más fáciles para todos: organización en común de emisiones de radio y televisión, servicios conjuntos de instrucción especialmente para los jóvenes y sus padres, asambleas y coloquios entre el público y los representantes mismos de los medios de comunicación, premios para las mejores obras, intercambio de proyectos e investigación científica, todo ello, ordenado a la eficaz utilización de los medios de comunicación, especialmente en orden a la formación de sus técnicos y a la igualdad de derechos de todos los pueblos.

100. Para irlo consiguiendo, hace falta un programa común de acción y coordinación de medios y posibilidades. El Concilio Vaticano II ha sugerido a este propósito una ocasión muy propicia: la Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales. Todos los que creen en Dios son invitados a celebrar con interés esta jornada de oración y estudio, de forma que en ella se examinen los problemas más difíciles y las perspectivas de la comunicación social, se reúnan profesionales y representantes de los distintos medios de comunicación, se encuentren nuevos caminos y recursos para suscitar obras y programas que así ayuden al progreso de la humanidad. El pueblo de Dios, tanto los Pastores como los fieles, únanse animosamente a los intentos y esfuerzos de todos los hombres de buena voluntad para que los instrumentos de comunicación social sirvan eficazmente a la justicia, la paz, la libertad y el progreso humano.

TERCERA PARTE

ACCIÓN DE LOS CATÓLICOS EN TORNO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

101. El Concilio Vaticano II, exhorta e invita a los católicos a que, guiados por la fe, consideren cuidadosa y atentamente las nuevas exigencias y responsabilidades que les imponen los avances en la comunicación social. Como ya hemos indicado brevemente en la primera parte, la misma Historia de la Salvación atestigua el notable e importante papel de la comunicación social en la obra de Dios Creador y Redentor, que los hombres deben continuar. Por lo cual, la Iglesia al cumplir su obligación en este campo intenta conjugar los principios de la fe y las leyes propias de la comunicación social. Así cumple el divino mandato de la atención pastoral universal en su doble vertiente del progreso de los hombres y la evangelización. En la segunda parte de esta Instrucción, se ha explicado cómo los medios de comunicación fomentan, ayudan y aprovechan al progreso humano.

En esta tercera parte, ¿qué añade la perspectiva cristiana y católica? y especialmente, ¿qué lugar corresponde a los medios de comunicación en la vida de los fieles católicos? Se tratará acerca de ello brevemente.

CAPÍTULO I

SERVICIO DE LOS CATÓLICOS A LA COMUNICACIÓN SOCIAL

102. Los católicos deben persuadirse de que sirviendo a la comunicación social con los medios más modernos sirven también al hombre, derivándose así grandes beneficios para las almas en el orden espiritual. La Iglesia confía que, a través de su colaboración espiritual quedarán determinadas más claramente y observadas con más diligencia las leyes fundamentales de la comunicación social, a la vez que se acentuará con más plenitud y se respetará mejor la dignidad del hombre, tanto del informador como del receptor. Espera finalmente que esta comunicación, que acerca entre sí a los hombres, lleve realmente a una verdadera comunión.

103. Por lo cual, los profesionales de estos medios que, siendo católicos, ejercen su oficio con perfección técnica, no sólo cumplen con ello una tarea de primer orden, sino que además colaboran en la misión que a los cristianos corresponde en el mundo.

Además de este importante testimonio que dan como artistas y profesionales en los organismos o asociaciones no confesionales, mostrarán el pensamiento católico sobre todas las cuestiones que acucian a la sociedad humana.

Así también, los propios escritores y difusores de noticias pueden cooperar, cuidando de no pasar por alto las noticias religiosas que afectan a todo el pueblo, sino más bien iluminando las vertientes y aspectos religiosos de todos los acontecimientos. Es evidente que la presencia de estos católicos no busca una imposición o dominio sino una eficaz colaboración que por su calidad se gane el ánimo de sus colegas y compañeros.

104. Los informadores católicos tienen derecho a recibir de la Iglesia la ayuda espiritual proporcionada a la importancia y dificultad de su misión.

105. Consciente de la dignidad de esta profesión y de sus dificultades, la Iglesia desea tratar y dialogar con los informadores -sea cual sea su creencia religiosa-, sobre cuanto ella pueda aportar en la común tarea de resolver las cuestiones propias de su profesión y de ayudar lo más posible a los hombres.

106. Se invita a los obispos, sacerdotes, religiosos y seglares y a cuantos de cualquier manera representan a la Iglesia, a que colaboren cada vez más en las publicaciones y a que intervengan en las emisiones de radio, televisión y en el cine. Esta acción, para la cual deben ser invitados y estimulados constantemente, puede dar resultados sorprendentes. Pero la naturaleza misma de los instrumentos de comunicación exige de cuantos los utilizan, escribiendo, hablando, o actuando, que estén perfectamente capacitados. Por eso, los organismos nacionales y las instituciones creadas para este fin, han de cuidar que cuantos usen estos medios estén preparados a fondo y oportunamente.

107. La Iglesia juzga como urgentemente necesario el proporcionar formación cristiana a los mismos receptores. Con ello beneficia también a la misma comunicación social. En efecto los receptores bien formados serán capaces de tomar parte en el diálogo promovido por los medios de comunicación y sabrán a la vez pedirles comunicaciones más dignas y de más elevada calidad.

Las escuelas e instituciones católicas tienen que cumplir su importante papel en este campo. En estos centros se ha de intentar no sólo formar buenos lectores, oyentes y espectadores, sino además hombres poseedores de ese "lenguaje total" que usan los medios de comunicación; así pues los jóvenes se convertirán en auténticos ciudadanos de la era de las comunicaciones sociales que parece iniciarse en este tiempo.

108. Los temas y cuestiones referentes a la comunicación social han de tener un lugar en la enseñanza teológica, especialmente en la moral y la pastoral, siempre que se aborden cuestiones relacionadas con este tema, y en sus líneas fundamentales; y también, en los libros de catequética. Esto se realizará más adecuadamente, cuando los teólogos mismos hubieren investigado más profunda y detalladamente las cuestiones que se indican en la parte primera de esta Instrucción.

109. Los padres, formadores, sacerdotes y asociaciones católicas no deben dudar en orientar y dirigir a las profesiones de comunicación social a cuantos jóvenes se sientan inclinados a ellas y dotados de las necesarias cualidades. Para que esta preparación dé su fruto y ayude a los mejores candidatos son necesarias ayudas económicas. En las zonas en vías de desarrollo es necesario que se ayude a los obispos de aquellas naciones y se les den medios para la adecuada formación de los candidatos y para la práctica de la profesión en la región misma.

110. Cada uno según su función, obispos, sacerdotes, religiosos y religiosas, y también las organizaciones seglares han de colaborar en la formación cristiana en este campo, y con una visión social. Por ello, es necesario estén al corriente e informados de los progresos

recientes. Esto impone un contacto directo y cierta familiaridad con los medios de comunicación social. Asimismo todos ellos, a una con los profesionales, estudiarán los problemas de la comunicación social y cambiarán entre sí experiencias y criterios.

111. Para que no estén completamente alejados de las realidades de la vida y asuman sin preparación la tarea apostólica, los futuros sacerdotes y los religiosos y religiosas, durante su formación en seminarios y colegios, han de estudiar la influencia de estos medios de comunicación sobre la sociedad humana y aprender su uso técnico. Esta preparación es parte de su formación integral; ya que es una condición imprescindible para ejercer un apostolado eficaz en una comunidad humana cada día más afectada por estos medios (50). Por ello es necesario que los sacerdotes, los religiosos y religiosas conozcan cómo nacen las opiniones y criterios, y así puedan adaptarse a las circunstancias del hombre actual, ya que la Palabra de Dios se proclama al hombre de hoy y estos medios prestan un eficaz apoyo a esta proclamación. Los alumnos que muestren una especial inclinación y capacidad en el uso de estos medios deben ser preparados más específicamente.

112. Los juicios y críticas de transmisiones radiofónicas o de televisión, de cine e información gráfica, pueden ser muy útiles a la formación humana y cristiana a la vez que orientan el uso conveniente de estos medios sobre todo dentro de la familia. Por ello, han de estimarse en mucho las críticas verdaderamente autorizadas, que en algunos sitios, por encargo de los obispos, emiten organismos especializados, sobre la importancia, utilidad, honestidad y sentido cristiano de películas, emisiones y publicaciones.

113. Las Universidades y demás centros católicos de enseñanza deben crear y desarrollar una investigación científica sobre la comunicación social. Deben realizarlo de manera que resuman cuanto se va investigando en este campo, proporcionen instrumentos de investigación y por último difundan los conocimientos conseguidos, en beneficio de la formación cristiana. Para conseguir estos objetivos las Universidades necesitan subvenciones y aportaciones económicas y han de trabajar coordinadas con las demás instituciones.

CAPÍTULO II

LOS INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN AL SERVICIO DE LOS CATÓLICOS

I. Opinión pública e intercomunicación en la vida de la Iglesia

114. La Iglesia se afana para que crezca y se perfeccione el vínculo comunitario entre sus fieles; comunicación y diálogo son pues muy necesarios para los católicos. Además la Iglesia está insertada en la misma sociedad humana y ha de vincularse a ella por el diálogo y la comunicación. Esta tarea la realiza la Iglesia por la información y la difusión de noticias, por la atención a la opinión pública y por el coloquio con el mundo actual, mientras se esfuerza con colaborar en la solución de los problemas humanos.

a) El diálogo en el seno de la Iglesia

115. Como la Iglesia es un Cuerpo vivo necesita de la opinión pública para mantener el diálogo entre sus propios miembros.

Sólo así prosperará su pensamiento y actividad. "...Le faltaría algo en su vida, si careciera de opinión pública. Y sería por culpa de sus pastores y fieles" (51)

116. Es necesario, pues, que los católicos sean plenamente conscientes de que poseen esa verdadera libertad de expresar su pensamiento, que se basa en la caridad y en "el sentido de la fe". En ese sentido de fe que es despertado y mantenido por el Espíritu de verdad, de tal manera que el pueblo de Dios, guiado por el Sagrado Magisterio, y en fiel seguimiento del mismo, adhiere indefectiblemente a la fe confiada en el principio a los creyentes, penetra más plenamente en ella con juicio recto y la aplica más plenamente a la vida (52); y en la caridad, a cuya luz, la misma libertad es elevada a la categoría de comunión en la libertad de Cristo, quien librándonos de las ataduras del pecado, nos hizo capaces de juzgar libremente según su voluntad. Las autoridades correspondientes han de cuidar pues de que el intercambio de las legítimas opiniones se realice en la Iglesia con libertad de pensamiento y expresión. Por ello, determine las normas y condiciones conducentes a este fin (53).

117. Es amplísimo el campo al que puede extenderse el diálogo interno de la Iglesia. Aunque las verdades de fe pertenecen a la esencia misma y no pueden en modo alguno estar sujetas a la libre interpretación de cada uno, sin embargo, la Iglesia avanza por los caminos de la historia humana; por ello debe acomodarse a las circunstancias propias de cada momento y lugar, aceptando las necesarias sugerencias, tanto para mostrar adecuadamente las verdades de la fe a las diversas edades y culturas humanas como para adaptar eficazmente su actividad a las condiciones y circunstancias cambiantes.

Los católicos, pues, aún debiendo estar todos atentos a seguir el Magisterio, pueden y deben investigar libremente, para llegar a interpretarlas más profundamente, las verdades reveladas a fin de que éstas se expongan mejor a una sociedad múltiple y cambiante. Esta libertad de expresión en la Iglesia, lejos de dañar su coherencia y unidad, puede favorecer su concordia y coincidencia, por el libre intercambio de la opinión pública. Pero para que este diálogo se establezca y desarrolle activamente, es absolutamente necesario practicar constantemente la caridad en la discusión y estar todos llenos de un decidido afán de robustecer y conservar la concordia y la colaboración. Por ello se ha de proceder con una auténtica voluntad de construir, no de destruir, a la vez que con un ferviente amor a la Iglesia y con aquel afán de unidad que Cristo puso como signo de la verdadera Iglesia y de sus verdaderos discípulos (54).

118. Habrá pues que distinguir entre el campo de la investigación científica, en el que los peritos han de gozar de la libertad necesaria para su trabajo y para intercambiar con los otros el fruto de su investigación, con libros o con artículos, y el campo de la instrucción de los fieles en el cual sólo se puede exponer como doctrina de la Iglesia lo que como tal se propone por el Magisterio auténtico, y las opiniones que pueden presentarse ya como seguras.

Y dado que, por la misma naturaleza de los instrumentos de comunicación, algunas veces se divulgan las nuevas opiniones de los teólogos prematuramente, y frecuentemente fuera de su ambiente, los que escuchan tales opiniones no deben confundirlas con la doctrina auténtica de la Iglesia, y tendrán que juzgarlas con espíritu crítico. Deberán además tener en cuenta que frecuentemente el sentido de esas afirmaciones queda gravemente deformado por el mismo estilo informativo y el lenguaje popular de los medios de comunicación.

119. De la misma manera que se reconoce como sumamente necesario el desarrollo de la opinión pública en la Iglesia, así, a su vez, cada fiel tiene el derecho a conocer cuanto le es necesario para poder asumir un papel activo en la vida de la Iglesia. Esta exige que el fiel pueda disponer de unos medios de comunicación no sólo variados y de amplia tirada sino también católicos, si pareciere necesario, siempre que éstos sean plenamente aptos para cumplir esa misión.

120. Un adecuado desarrollo de la vida y las funciones en la Iglesia exige una habitual corriente de información entre las autoridades eclesiales de todos los niveles, las organizaciones católicas y los fieles, en ambos sentidos, y en todo el mundo. Para ello son necesarias distintas instituciones, dotadas de los medios imprescindibles: agencias de noticias, consejos pastorales, portavoces oficiales, salas de prensa...

121. Cuando el estudio de una cuestión en la Iglesia exija secreto, deben observarse las normas generales que se siguen en la sociedad civil. Sin embargo, las riquezas espirituales de las que la misma Iglesia es signo, piden que las noticias que sobre sus programas y múltiple acción se difunden sean del todo íntegras, verdaderas y claras. Por ello cuando las autoridades religiosas no quieren o no pueden dar tales noticias, dan fácilmente ocasión más a la difusión de rumores perniciosos que al esclarecimiento de la verdad. Por lo tanto el secreto se ha de restringir y limitar sólo a lo que exijan la fama y estima de las personas y los derechos de los individuos o de los grupos.

b) El diálogo entre la Iglesia y el mundo

122. El diálogo de la Iglesia debe llegar no sólo a sus fieles, sino a todo el mundo. La Iglesia ha de proclamar su doctrina y su moral, en virtud del derecho concedido a todos los humanos del que ella participa y en virtud de un claro mandato divino (55).

Además, como enseña el Concilio Vaticano I debe "leer los signos de los tiempos" que son también un modo del hablar de Dios y una manifestación providencial del desarrollo de la Historia de la Salvación. La Iglesia, debe conocer pues cómo reaccionan los hombres de hoy, católicos y no católicos ante los acontecimientos y el pensamiento moderno. En la medida en que los medios de comunicación social expresan y hacen patente esta respuesta, llevan a un mayor conocimiento de la Iglesia.

123. Cuantos tienen en la Iglesia la sagrada potestad, deben por medio de los instrumentos de comunicación social, anunciar plena y constantemente la verdad, y esforzarse a la vez por que en ellos se refleje la verdadera imagen de la Iglesia y de su vida. Y como estos instrumentos, muchas veces son la única fuente y el único canal de noticias entre la Iglesia y el mundo, el prescindir de ellos sería realmente enterrar los talentos recibidos de Dios.

La Iglesia, que confía y espera que las agencias de noticias y los mismos instrumentos de comunicación atiendan con frecuencia a las cuestiones religiosas y las traten con el cuidado que a tales temas corresponde, por su parte debe ofrecer y difundir noticias completas, seguras y verdaderas, para que así estas instituciones puedan desarrollar bien su cometido.

124. Lo que antes se dijo (56) sobre el conocimiento y la difusión de los acontecimientos de la Iglesia tiene aquí toda su fuerza. De donde se sigue que también los responsables en la Iglesia deben sabiamente anticiparse a esta dificultad y no permitir que otros les tomen la delantera con sus iniciativas. Conviene pues que las decisiones y tomas de posición de importancia sean conocidos previamente por algunos que, sometidos al secreto hasta una fecha prefijada, puedan exponerlas e iluminarlas para el bien de la Iglesia.

125. Así pues, los medios de comunicación social afectan a los católicos de tres formas: ayudan a la Iglesia a manifestarse al mundo; establecen el diálogo dentro de ella misma; y finalmente, la ponen al tanto de la mente del hombre actual, al que tiene, por mandato de Dios, que transmitir el mensaje de salvación, con un lenguaje que ellos puedan entender, y a partir de los interrogantes que les preocupan y angustian.

II. Utilidad de los medios de comunicación para el anuncio del evangelio

126. Cristo mandó a los Apóstoles y a sus sucesores que enseñaran "a todas las gentes"(57), que fuesen "luz del mundo" (58), que proclamaran el Evangelio, en todo tiempo y en todo lugar. Y de la misma manera que Cristo, en su vida terrestre, presentó la forma y figura más perfecta de "Comunicador", y al igual que los Apóstoles mismos usaron los medios de comunicación que tenían a mano, así también ahora debe llevarse a cabo la misión apostólica por los más modernos medios e instrumentos. Por lo que no podría considerarse fiel al mandato de Cristo quien desaprovechara las facilidades y oportunidades que estos medios proporcionan para hacer llegar las verdades y preceptos evangélicos a los más posibles. Por ello el Concilio Vaticano II exhorta a los católicos "a que utilicen sin dilación y con el máximo empeño los medios de comunicación social en las distintas formas de apostolado" (59).

127. La necesidad de esta actitud es evidente si se recuerda que hoy el hombre está rodeado y como sumergido en la abundancia de comunicaciones sociales que constantemente forman su opinión y sus costumbres, tanto en el aspecto religioso como en los demás campos.

128. Los más modernos inventos abren nuevos caminos y medios para que el anuncio evangélico llegue a todos los hombres; permiten a los cristianos intervenir, a pesar de las distancias, en las solemnes ceremonias de la Iglesia y así la comunidad cristiana entera se siente más estrechamente unida; por ellos, finalmente, todos son llamados a una más íntima participación en la vida de la Iglesia. Ni que decir tiene, que la forma de realizarse todo esto ha de estar dictada por la naturaleza misma del medio de comunicación que se utiliza. Pues es distinto el lenguaje del púlpito y el de los medios de comunicación. Y nunca se insistirá bastante en que la dignidad de las obras religiosas no sea inferior a la de las obras profanas.

129. Estos instrumentos, además, son muy útiles para hacer llegar más fácilmente a todos la instrucción cristiana. Deben poder contar pues con la ayuda de los peritos en educación religiosa y en los distintos temas que se traten. Pueden utilizar también todos los alicientes de la técnica, gracias a la cual se pueden presentar atractivamente las cosas, según el arte más moderno. Pueden también colaborar, según su propia naturaleza, a la renovación de toda la educación religiosa y a los esfuerzos de los formadores habituales.

Y como, además, estos medios son el camino de difusión de noticias que descubren la mentalidad y el espíritu del hombre de hoy, pueden hacer que, al examinar los sucesos y acontecimientos diarios se ofrezca, a la vez, ocasión favorable para guiar a los cristianos en la consideración de los fundamentos de su propia fe, y en su aplicación a las actuaciones de la vida concreta.

130. Los hombres de hoy están de tal manera acostumbrados al agradable y hábil estilo que los medios de comunicación emplean para expresarse y para persuadir, que difícilmente soportan, en los mismos espectáculos públicos, otros inferiores, y menos aún en las obras religiosas, sean actos litúrgicos, predicación o exposición de la doctrina cristiana.

131. Para ganarse pues realmente la atención de los oyentes al exponerles y explicarles las enseñanzas de la fe, conviene utilizar todo lo posible los medios de comunicación, y acomodar a ellos el lenguaje y estilo.

132. La Iglesia puede expresar su pensamiento y opinión tanto por los medios de comunicación a los que en determinadas condiciones tiene acceso, aunque no sean suyos propios, como por aquellos que directamente administra y dirige. Según las distintas naciones y circunstancias son diversas las condiciones que habrá que adoptar. La autoridad religiosa debe orientar a sus colaboradores, después de consultar detenidamente a los peritos de cada lugar y nación.

133. Esta colaboración y esfuerzo múltiple de los católicos que intentan el progreso humano según las normas del Evangelio y que están al servicio de estos providenciales medios de comunicación, exigen muy fuertes inversiones económicas. Se ruega pues, a los católicos que, conscientes de su papel y responsabilidad, hagan estas inversiones con perseverante generosidad "... ya que resulta indecoroso que los hijos de la Iglesia permitan, insensibles, que la Palabra de salvación quede impedida y obstaculizada..." (60).

134. Al ponderar la creciente importancia de los medios de comunicación social, tanto para la vida humana en su conjunto, como en especial para la vida de la Iglesia, las Conferencias Episcopales deben conceder un lugar preminente en el "Plan Pastoral" a este aspecto de la acción pastoral en el campo de la comunicación y destinar el dinero suficiente para sus organismos según un plan de colaboración de todos.

CAPÍTULO III

QUEHACER DE LOS CATÓLICOS EN CADA UNO DE LOS MEDIOS

135. Ya se ha tratado de las obligaciones de los informadores católicos, obligaciones que brotan de su conciencia personal como algo común a todos los informadores, pero que recibe mayor fuerza de la fe religiosa (61). Después se han estudiado, en general y en conjunto, las obligaciones de los católicos, en este campo (62). Resta, por último, que estudiemos los deberes de los realizadores católicos en cada uno de los medios en particular, tanto cuando trabajan en organizaciones propias como cuando lo hacen en las de otros que les ofrecen sus medios para realizar una obra común.

I. La prensa

136. La prensa, por su naturaleza y propiedades, reclama la mayor importancia y atención. Por su agilidad y variedad, por la riqueza de sus temas, la prensa puede tratar los más pequeños detalles de los hechos, ampliándolos e interpretándolos, a la vez que excita las facultades de reflexión del lector y estimula su deseo de saber. Siendo complemento necesario de los demás medios dirigidos a la vista y al oído, puede admirablemente desarrollar el sentido crítico y formar el juicio de los hombres. Por poder abordar tan variados temas y favorecer de un modo decisivo el conocimiento de los hechos, es la prensa el instrumento primario del intercambio social. Hoy las más sencillas páginas y folletos impresos hacen posible llevar a todos los hombres documentos religiosos y artísticos de todo género, informaciones sobre la técnica y la ciencia y sobre todo lecturas destinadas principalmente para la diversión. Los grabados y los relatos ilustrados son muy útiles incluso para explicar la Sagrada Biblia y contar la vida de los santos. Todos estos recursos de la prensa merecen nuestro interés y apoyo.

137. Las actividades periodísticas de los católicos, que abarcan diarios, revistas y todo tipo de publicaciones periódicas, pueden ser un medio efficacísimo por el que el mundo y la Iglesia se conozcan mutuamente por un intercambio de ideas y por el mecanismo de la opinión pública. Se procurará que la eficacia de las obras católicas ya existentes no se debilite por una impremeditada multiplicación de nuevas obras.

138. La prensa católica debe interesarse en todo lo humano y en todo género de noticias, comentarios y opiniones de cualquier aspecto de la vida cotidiana, así como de todos los problemas e interrogantes que angustien al hombre de hoy, pero bajo la luz de la visión cristiana de la vida. A ella corresponde también perfilar y si fuera necesario enmendar las noticias e informaciones que atañen a la religión y a la vida de la Iglesia. Al mismo tiempo que es un espejo del mundo, lo iluminará con su propia luz. Pero tendrá que llegar a contar con tales medios y posibilidades que llegue a alcanzar un nivel profesional indiscutible.

139

139. Junto a esta dedicación periodística de los católicos es necesario que haya agencias u oficinas de noticias dirigidas por católicos, de modo que el diálogo dentro de la Iglesia, y entre la Iglesia y el mundo, progrese eficazmente; será necesario así mismo que cuenten con medios profesionales que permitan una información rápida y actual, al mismo tiempo que fiel y completa, de la vida de la Iglesia. Estas agencias deben realizar su tarea en una colaboración mutua extendida por toda la tierra para que puedan ser reunidas y difundidas las noticias de todos los lugares.

140. Con igual interés deben los fieles leer asiduamente, dentro de sus posibilidades, las publicaciones católicas, siempre que sean dignas de este nombre, no sólo para conocer las novedades de la Iglesia sino para que a través de sus comentarios descubran el pensamiento cristiano.

Nada contradice esto a la libertad de leer ni a la legítima diversidad de opinión de los demás escritores. Para que los escritores católicos adquieran este prestigio y aceptación es necesario que tengan una auténtica maestría y dignidad.

141. Los sucesos de cada día suscitan interrogantes que interesan profundamente al pensamiento cristiano; los escritores católicos intentarán darles una respuesta de acuerdo con el magisterio de la Iglesia. Por lo demás, sacerdotes y laicos favorecerán la libre manifestación de las opiniones y estimarán el pluralismo de publicaciones y opiniones no sólo porque responde a la diversidad y utilidad de los lectores y a sus distintos intereses, sino porque, además, crean y favorecen la opinión pública en la Iglesia y en el mundo (63).

Las publicaciones católicas que son consideradas portavoces de las actividades y organizaciones de la Iglesia, de acuerdo con las normas profesionales, deben transmitir claramente el pensamiento de la institución de quien son portavoces. Sin embargo se reservarán algunas páginas en las que se dé la posibilidad de expresarse con libertad, de modo que se vea que el grupo que dirige la publicación no se define en cuestiones aún discutidas.

II. El cine

142. El cine, por derecho propio, ocupa un lugar y está enraizado en la vida de los hombres y tiene gran influencia en su educación, vida afectiva, descanso y conocimiento de la realidad. Los autores encuentran en él una manera actual y adecuada de expresar una visión del mundo. Las nuevas técnicas de expresión, que atraen cada vez más a los espectadores, y la facilidad de disponer de aparatos de bajo costo, hacen prever una difusión cada vez más frecuente y más extendida de los filmes. Así se logrará un mayor conocimiento de todo lo concerniente al cine.

143. En lo que respecta a la pastoral, los progresos del cine deben ser cuidadosamente atendidos ya que, gracias a la colaboración de los pueblos en este campo, se ofrece una valiosa oportunidad para el apostolado. Los filmes se realizan más rápida y fácilmente que antes, se adaptan a las diversas necesidades y circunstancias humanas y, por último, se proyectan no sólo en grandes salas sino también en las pequeñas e incluso en los hogares.

144. Muchos filmes muestran su fuerza de persuasión al tratar temas que favorecen el progreso del hombre y elevan su espíritu. Realmente esta clase de filmes son obras estimables que todos han de recomendar y elogiar. Por tanto, los centros católicos cinematográficos ayudarán y sostendrán a los que realizan filmes valiosos y procurarán su difusión. Se ha de tener presente que muchos de los filmes universalmente reconocidos como auténticas obras de arte han abordado temas directamente religiosos, lo que sin duda

prueba que el cine es un medio muy apto para tratar estos temas con dignidad. Se recomienda vivamente la organización de espectáculos de este tipo.

145. Las organizaciones católicas especializadas en cine, deben unificar sus proyectos y colaborar con los otros organismos de medios de comunicación para la elaboración, difusión y empleo de espectáculos con valores religiosos. Para llevar esto a cabo, aplicarán diestramente a la transmisión de la doctrina religiosa los múltiples descubrimientos de menor precio como son discos, cintas magnetofónicas y películas, aparatos de proyecciones fijas o móviles y también aparatos de grabación y reproducción.

146. En las regiones con mayoría de analfabetos las películas pueden facilitar, además de una primera instrucción, una catequesis. Las imágenes impresionan y mueven con gran fuerza al hombre sin instrucción, pues por ellas comprende más fácilmente la realidad y las ideas. El esfuerzo y trabajo por elevar la dignidad humana y cristiana no pueden mirar con indiferencia estos valiosísimos medios de ayuda. Pero evidentemente, es necesario para esto que las películas tengan en cuenta la capacidad y estilo de cada pueblo.

147. Como los dedicados al cine están rodeados de las dificultades propias de su profesión, todos los católicos y especialmente las organizaciones católicas especializadas deben entablar gustosamente diálogo con ellos. Este contacto, enseñará con claridad que este arte debe ser tenido como una profesión honrosa e importante, reconociendo todos que es sumamente útil al hombre.

III. La radio y la televisión

148. La radio y la televisión han traído a los hombres nuevas posibilidades de mutua comunicación y un nuevo estilo de vida. Cada día sus retransmisiones llegan a más lugares y superan viejas fronteras de pueblos y culturas. Las emisiones penetran en los hogares y los que las dirigen captan simultáneamente la atención y el pensamiento de innumerables personas. Los rápidos progresos técnicos, y especialmente el uso de los satélites artificiales y la posibilidad de grabar y repetir las emisiones ya difundidas, han liberado a estos medios de comunicación de límites de lugar y tiempo. Y todo hace esperar que en el futuro habrá medios aún más asombrosos y poderosos. La radio y la televisión dan a los oyentes y espectadores la posibilidad de disfrutar de un descanso, a la vez que adquieren cultura y un cierto conocimiento de la vida del mundo entero. La televisión en concreto pone ante nuestros ojos cosas, personas y acontecimientos como si estuvieran realmente ante nosotros. Nuevas formas artísticas nacen de estos medios de comunicación, especialmente la televisión y la radio, que pueden cambiar muy profundamente al hombre.

149. Los aspectos religiosos de la vida humana han de tener un lugar proporcionado en las transmisiones de cada día.

150. Las diversas emisiones directamente religiosas, compatibles con la naturaleza propia de la radio y de la televisión, fomentan nuevos contactos entre los fieles y enriquecen de forma maravillosa su vida de piedad y su religiosidad. Tienen además gran eficacia para mover a la santificación mediante el trabajo abnegado en la Iglesia y en el mundo. Pueden aprovechar especialmente a quienes, por su edad o enfermedad, se ven impedidos de una

participación directa en la vida de la Iglesia. Establecen también un contacto con muchos que, aunque separados de la Iglesia, buscan inconscientemente ayuda espiritual. Finalmente, llevan el mensaje evangélico a regiones donde todavía la Iglesia no ejerce su influjo. Conviene pues que la Iglesia se esfuerce en que estas emisiones sean cada día más numerosas y perfectas.

151. Entre las emisiones religiosas más apropiadas y deseables están las de la santa misa y otras ceremonias litúrgicas. Es necesario que se preparen con el mayor cuidado, tanto en el aspecto litúrgico como técnico. Hay que tener en cuenta la diversidad de espectadores y, si la emisión va a tener audiencia en otras naciones, también las costumbres y creencias religiosas de las mismas. La frecuencia y duración de estas emisiones se debe adaptar a los deseos de los espectadores.

152. Las homilías y charlas religiosas deben acomodarse a la naturaleza de cada uno de los instrumentos de comunicación que se utilicen. Los que vayan a realizar este ministerio han de ser escogidos con toda prudencia y cuidado y sólo cuando posean la formación y práctica debidas.

153. Las retransmisiones religiosas y las informaciones, noticias, entrevistas radiofónicas o televisadas, son muy útiles para la formación y el diálogo. Aquí se puede aplicar lo dicho anteriormente sobre la colaboración de los católicos en la prensa. Las normas universales, sobre la fiel y objetiva expresión de las diversas opiniones, habrá que ponerlas en práctica especialmente cuando estos medios de comunicación, en una determinada región, estén sometidos a un verdadero monopolio.

154. El público ve, en los directores y responsables de estos programas religiosos, sean laicos o eclesiásticos, a verdaderos enviados e intérpretes de la Iglesia. Por ello, los que intervienen en estas transmisiones deben tener pleno conocimiento de esta dificultad y riesgo de confusión para procurar evitarla por todos los medios. Sean conscientes de la importancia de su misión al exponer su pensamiento, en sus formas de expresión y en su modo de proceder. Conviene que consulten a las correspondientes autoridades eclesiásticas cuantas veces sea oportuno.

155. Los oyentes y espectadores de las emisiones religiosas han de esforzarse en mejorarlas expresando su juicio sobre las mismas.

156. Para conseguir una eficaz acción de la Iglesia desde la radio y la televisión, tanto en lo que se refiere a las emisiones en general, como a las de índole religiosa, es necesario la colaboración y mutuo respeto entre los católicos encargados de esta misión y los técnicos responsables de la difusión radiofónica o televisiva.

157. En las naciones en que la Iglesia no tiene acceso a los medios de comunicación, la audición de emisiones religiosas por radio es el único medio que tienen los cristianos de enterarse de la vida de toda la Iglesia y escuchar la Palabra de Dios. Esta lamentable situación crea a los Pastores y fieles de las naciones vecinas la grave obligación de solidarizarse eficazmente con ellos, como corresponde a su condición de cristianos, y

ayudar a los hermanos en Cristo realizando emisiones de radio o televisión con temas religiosos adecuados a su necesidad.

IV. El teatro

158. El teatro, una de las más antiguas y poderosas formas de comunicación humana, tiene hoy un gran público, tanto de asistentes a las representaciones como de oyentes en la radio o de telespectadores. No pocas obras teatrales son también filmadas.

159. Las obras teatrales utilizando procedimientos tomados de los otros medios de comunicación, han abierto nuevas posibilidades a la escena, hasta el punto de que pueden calificarse de "multi-media". Aunque nacidas del teatro tradicional, tienen algo propio. Sobre todo, logran una coordinación de las múltiples posibilidades de cada uno de los distintos medios de comunicación.

160. Con frecuencia el teatro actual entra en el terreno de las ideas, del pensamiento, y se convierte en una especie de laboratorio del que salen nuevas y audaces opiniones sobre el hombre actual y su situación en el mundo. La fuerza de estas ideas y opiniones arrastra a masas cada vez mayores y se extiende a los demás medios de comunicación social.

161. La Iglesia sigue con efecto y atención el arte teatral, que en sus orígenes trataba casi exclusivamente temas religiosos. Conviene que también hoy los cristianos lo acojan con el mismo interés que antes, y que de él se beneficien lo más posible. Los escritores teatrales deben ser ayudados y exhortados para que saquen a la escena la problemática religiosa del hombre de hoy. Muchas veces esto será el comienzo de una difusión mayor a través de los demás medios de comunicación.

CAPÍTULO IV

INSTITUCIONES, PERSONAS Y ORGANIZACIÓN

162. Debido al lugar que los medios de comunicación social tienen en la vida y progreso humanos, a los resultados que pueden obtenerse y a los problemas que plantean a la conciencia de los católicos, es necesario que estos medios se utilicen con gran interés para bien y provecho de la tarea pastoral, que los especialistas más destacados les dediquen su mejor conocimiento y capacidad, que se les tenga en cuenta en la planificación pastoral, que se les dote de los necesarios recursos, derechos y ayudas y, por último, que distintas asociaciones especializadas se dediquen a ellos.

163. Todos los fieles deben intentar, con su oración y con la ayuda individual y colectiva, que la obra de la Iglesia en nuestros días encuentre el apoyo de los más modernos medios de comunicación, tan útiles para difundir el Evangelio, para iluminar las conciencias y para fomentar una colaboración que beneficie al progreso ordenando cristianamente la realidad temporal.

164. Conviene, que en los organismos e iniciativas relacionados con la comunicación social, se integren, con fines netamente pastorales, dirigentes y realizadores

convenientemente capacitados. Esta tarea formativa, tanto de laicos como de eclesiásticos, es una de las principales obligaciones de quienes dirigen la actuación de la Iglesia en este campo.

165. El estudio atento de todo el campo de la comunicación social, la prudente ordenación de todo el esfuerzo pastoral, la sabia ordenación de estos medios dentro de toda la actuación apostólica, pertenece, naturalmente, al cuidado y vigilancia de los pastores que deben, eso sí, acudir al consejo y sugerencias de los expertos en cada una de las modalidades. Según las normas del Decreto "Inter Mirifica", este deber compete: a cada obispo en su diócesis (64); en el ámbito nacional, a una Comisión Episcopal especial o a un obispo especialmente delegado (65); y en toda la Iglesia, a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales (66).

166. Las múltiples obras y asociaciones que realizan su apostolado con los medios de comunicación social, necesitan desarrollarse y colaborar estrechamente entre sí (67). La autoridad eclesiástica ha de invitar, con interés e insistencia, a los católicos y a sus asociaciones a que brinden iniciativas, reservándose la dirección de las obras que por su naturaleza corresponden al sacerdocio ministerial y de aquellos que, según las circunstancias y lugares, reclaman una intervención de la acción jerárquica para el bien mismo de los fieles.

167. Las autoridades eclesiásticas competentes, de las que se trata en el n. 165, colaborarán y ayudarán para que cada año, en todo el mundo, se celebre una Jornada de la Comunicación Social, en la cual se honrará también a los que trabajan en tales medios (68). Además, presentarán periódicamente a las Conferencias Episcopales los presupuestos económicos para sostener este apostolado.

168. Corresponde a los obispos el apostolado en el campo de la comunicación, con la ayuda de sacerdotes y laicos. Donde sea posible ha de constituirse una oficina diocesana, o al menos interdiocesana, entre cuyas principales tareas estará la coordinación pastoral de ese apostolado en la diócesis y en las parroquias; otra misión suya será preparar en la diócesis la ya citada Jornada de las Comunicaciones Sociales.

169. En cada nación ha de haber un organismo nacional para todos los medios de comunicación social, con los departamentos correspondientes, o diversos organismos para cada uno de ellos (cine, prensa, televisión) que deberán colaborar estrechamente. En todo caso habrá una dirección única (69).

170. Será misión de los organismos nacionales y diocesanos estimular, promover y coordinar los planes y la actividad de los católicos en el campo de la comunicación. De manera especial cuidarán que clérigos y laicos sean instruidos por medio de clases, conferencias, lecturas, congresos y también, a través de orientaciones de expertos de dichos organismos a fin de ayudar a los fieles a un juicio prudente sobre obras y emisiones. Orientarán también la adecuada preparación de emisiones u obras que toquen materia religiosa.

171. Los organismos nacionales y diocesanos, estrechamente relacionados entre sí, recabarán la ayuda de los profesionales de la comunicación y de sus asociaciones, y les facilitarán los documentos, orientaciones y ayudas que necesiten. En cada nación celebrarán la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales y organizarán la colecta que el Decreto del Concilio aconseja se haga en esta Jornada (70)70.

172. Las Comisiones Episcopales nacionales de Medios de Comunicación, o los obispos delegados, dirigirán en su ámbito las oficinas nacionales y dictarán normas generales para la ordenación del esfuerzo apostólico en este campo. Estarán en contacto con las Comisiones Episcopales de las demás naciones y ayudarán a la Comisión Pontificia de Medios de Comunicación Social, cuya misión se expone en el Decreto citado (71) y en la carta apostólica "In Fructibus Multis" (72).

173. En los continentes o regiones en las que hay una Conferencia Episcopal internacional, ha de haber también una Oficina de Comunicación del mismo ámbito, bajo la autoridad de uno o varios obispos, encargados de este campo.

174. Cada uno de los obispos, cada Conferencia o Asamblea Episcopal y la misma Sede Apostólica, tendrán un portavoz o informador fijo que oficialmente comunique las noticias y que resuma los documentos de la Iglesia para su difusión, de manera que comentados, se facilite con mayor seguridad la comprensión del público. Estos portavoces, con rapidez y veracidad, darán a conocer las novedades de la vida y actividad de la Iglesia, en cuanto se lo permita su función. Es muy aconsejable que también las diócesis y las organizaciones católicas importantes tengan sus portavoces fijos, con una misión semejante. Todos estos colaboradores, como todos los demás que de alguna manera personifican la vida pública de la Iglesia, han de observar cuidadosamente cuanto exige el arte de las relaciones públicas; conocer las diversas opiniones del público al que se dirigen y mantener una provechosa relación guiada por la mutua comprensión y confianza. Esta mutua confianza y cortesía sólo se pueden garantizar y mantener cuando los hombres se respetan y se someten a la verdad.

175. Además de este cargo de portavoz oficial, es preciso que se asegure un intercambio de noticias e informaciones que presenten a todos la verdadera imagen de la Iglesia y que se recojan las reacciones, opiniones y deseos del público, a fin de informar a las propias autoridades eclesiásticas. Esto exige unas relaciones corteses y amistosas entre la Iglesia y las personas de diversas tendencias, con sus asociaciones y grupos. De igual forma puede establecerse un intercambio permanente en que cada uno aporte y reciba (73).

176. Para que tenga lugar un auténtico diálogo, dentro y fuera de la Iglesia, de manera fecunda y fácil sobre los nuevos acontecimientos desde su perspectiva religiosa, se hacen imprescindibles los comentarios públicos u "oficiales" que oportunamente -es decir, cuanto antes- lleguen al público de forma segura y adecuada (utilizando los medios oportunos: comunicados, telex, fotografías), aclarando los hechos según lo exijan los acontecimientos y las noticias.

177. Los institutos religiosos estarán atentos a las múltiples e importantes obligaciones de la Iglesia en el campo de la comunicación social; examinarán cómo pueden colaborar en

este campo y qué tareas pueden desempeñar, de acuerdo siempre con sus constituciones. Los Institutos fundados para trabajar de pleno en la comunicación social deben colaborar estrechamente y estar en íntima relación con los organismos diocesanos, regionales, nacionales y continentales, y conjuntamente elaborarán y realizarán los planes pastorales y las orientaciones referentes a la comunicación.

178. Los organismos nacionales (74) y los organismos generales de los institutos religiosos colaborarán con las asociaciones católicas de la prensa (UCIP), del cine (OCIC), de la radio y televisión (UNDA), de acuerdo con los estatutos de las mismas aprobados por la Sede Apostólica. (75)

179. Estas asociaciones católicas dedicadas a la comunicación social -teniendo en cuenta su especialización y según lo que prevean sus estatutos- desarrollarán su misión de manera que ayuden a los grupos de profesionales católicos de cada país. El objetivo de esta ayuda es fomentar la investigación y el progreso de los medios de comunicación; desarrollar el sentido de la mutua relación y colaboración entre las naciones; buscar la eficaz colaboración de los católicos por medio de los instrumentos de comunicación social; coordinar entre sí y apoyar las diversas empresas internacionales; crear nuevas organizaciones mundiales -las que parezcan más útiles para las naciones en vías de desarrollo-; y estimular las iniciativas. Se ocuparán igualmente de facilitar la producción y distribución de filmes, de transmisiones de radio y de televisión, de material audiovisual y de publicaciones útiles para el progreso de la comunicación humana y para la misma vida del pueblo de Dios. Se invita finalmente a estas organizaciones internacionales a que, con su estudio e investigación, cooperen a resolver las dificultades comunes a todos.

180. Las Conferencias Episcopales, con la eficaz ayuda de los organismos nacionales y las asociaciones católicas de profesionales, proporcionarán a las asociaciones los medios económicos necesarios para que realicen sus objetivos.

CONCLUSIÓN

181. Surge aquí el difícil interrogante de si estamos en el umbral y comienzo de una era totalmente nueva en las comunicaciones sociales, y asimismo de si se trata de unas comunicaciones que influyen no tanto cuantitativa como cualitativamente. Cada vez es más difícil responder a esta cuestión. Lo que sí es cierto es que el progreso de la ciencia hace prever -dados los avances técnicos de los satélites artificiales- que las noticias llegarán dentro de poco y simultáneamente a todo el mundo, tanto visual como acústicamente. Además, estos programas podrán registrarse y reproducirse, cada vez que alguien lo desee, con fines culturales o recreativos. Todo ello puede ser ocasión de un diálogo más intenso entre los hombres. Dichas emisiones podrán, según el objeto y uso que se haga de ellas, contribuir a afianzar los vínculos de fraternidad humana, a desarrollar la civilización y a cimentar la paz.

182. Cada día, y con rapidez, crece la conciencia de la responsabilidad del pueblo de Dios en el uso de los medios de comunicación social para que éstos presten una fecunda y eficaz colaboración al progreso de la humanidad entera, al desarrollo del Tercer Mundo, a la

fraterna comunión entre los pueblos y también al anuncio del Evangelio de Salvación, a fin de que, hasta el último rincón del orbe llegue el testimonio de Cristo Redentor.

183. Esta Instrucción Pastoral se limita a dar algunas orientaciones generales dado que la diversidad de circunstancias en este campo de la comunicación social no permite entrar en pormenores. El concepto cristiano de la vida incluye unos principios inmutables, basados en la manifestación del amor que es la "buena nueva" del Evangelio, y en la dignidad del hombre mismo, llamado a la adopción de hijo de Dios. Es evidente que la práctica, la aplicación concreta de los principios y las fórmulas pastorales han de acomodarse a las circunstancias y condiciones de cada lugar y momento, según la situación de la técnica, de la sociedad y de la civilización, de acuerdo con el carácter cambiante propio de los medios de comunicación y teniendo en cuenta los futuros cambios que irán produciéndose en el campo de la comunicación social.

184. Queda mucho aún por investigar hasta alcanzar un pleno conocimiento de los medios de comunicación, a fin de que estén realmente al servicio del hombre, favorezcan la formación de todo orden, especialmente la escolar, y contribuyan al desarrollo integral de la persona humana. Han de estudiarse más profundamente los efectos de la comunicación social y el influjo que ejercen en las distintas formas de cultura y en las diversas mentalidades. Para comprender exactamente cómo los medios de comunicación social cumplen su objetivo y conocer profundamente su naturaleza y posibilidades, así como su influencia en la cultura, hay que partir de investigaciones estrictamente científicas que hay que promover más que nunca. Las universidades, tanto antiguas como modernas, encontrarán aquí un inmenso campo de temas hoy importantísimos que justamente rivalizarán en dignidad con las disciplinas tradicionales. La Iglesia desea asegurar a cuantos investigan en este campo, que aceptará gustosamente los resultados y conclusiones de sus estudios para ponerlos al servicio, en cuanto de ella depende, del bien de todos los hombres.

185. Para lo cual parece necesario, en primer lugar, que se reconozca todo lo que puede hacer la Iglesia en este campo; después, que en todo el mundo se vayan poniendo oportunamente en práctica las normas que ésta ha ido dando; y por último, que los católicos se incorporen a las iniciativas que respondan a la creciente importancia de estos medios de comunicación.

186. La Iglesia, deseando que no se retrase más esta Instrucción Pastoral, movida por una necesidad cada día más urgente, se dirige y convoca a los profesionales de la comunicación social y exhorta a todos los hombres para que hagan que estos medios sean realmente útiles a la humanidad y a la gloria de Dios; a la vez, presta su propio esfuerzo en todo cuanto se relaciona con este campo de la comunicación.

La Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, según disposiciones del Concilio Vaticano II, después de reunir peritos de todo el mundo, ha preparado esta Instrucción, más con la intención de inaugurar una nueva etapa que de dar por terminada la anterior.

187. El pueblo de Dios, que camina a través del tiempo construyendo la historia, como protagonista a la vez que destinatario de la comunicación, fijos en el mañana los ojos

confiados y atentos, vislumbra lo que a manos llenas le promete la era espacial recién nacida.

El Sumo Pontífice Pablo VI ha aprobado esta Instrucción Pastoral sobre los Medios de Comunicación Social en todas y cada una de sus partes y, confirmándola con su autoridad, ha mandado sea promulgada y observada por todos aquellos a quienes concierne, sin que obste ninguna otra disposición contraria.

Roma, 18 de mayo de 1971, V Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

Martín J. O'Connor
Arzobispo Titular de Laodicea en Siria
Presidente

Agustín Ferrari-Toniolo
Obispo Titular de Taracena de Bizancio
Propresidente

Andrés M. Deskur
Secretario

NOTAS

1. Cf. Pío XII: Carta Enc. Miranda Prorsus, ASS, XLIV (1957), p. 765.
2. Gaudium et Spes, AAS, LVIII (1966), pp. 1025- 1120.
3. Unitatis Redintegratio, AAS, LVII (1965), pp. 90- 112.
4. Dignitatis Humanae, AAS, LVIII (1966), pp. 929- 946.
5. Ad Gentes, AAS, LVIII (1966), pp. 947- 990.
6. Inter Mirifica, AAS, LVI (1964), pp. 145- 157.
7. Inter Mirifica, 23.
8. Inter Mirifica, 1.
9. Gn. 1, 26-28; Cf, Gn 9, 2-3; Sab 9, 2-3 y Gaudium et Spes, 34.
10. Cf. Gaudium et Spes, 34.
11. Cf. Gaudium et Spes, 57.
12. Cf. Gaudium et Spes, 36; Juan XXIII: Pacem in Terris, AAS, LV (1963) p. 257 et passim.

13. Cf. Rom 5, 12- 14.
14. Cf. Gn 4, 1- 16; 11, 1-9.
15. Cf. Gn 3, 15; 9, 1-17; 12, 1-3.
16. Cf. Hb 1, 1-2.
17. Jn 1-14.
18. Col 1, 15; 2 Cor. 4, 4.
19. Cf. Ad Gentes, 3.
20. Mt 28, 19.
21. Mt 10, 27; Lc 12, 3.
22. Jn 6, 63.
23. Cf. Lumen Gentium, AAS, LVII (1965), n. 9, p. 14.
24. Ef 1, 23; 4, 10.
25. 1 Cor 15, 28.
26. Inter Mirifica, 1.
27. Gaudium et Spes, 36.
28. Cf. Gaudium et Spes, 43.
29. La Encíclica Mater et Magistra define el bien común con estas palabras: "El conjunto de aquellas condiciones de la vida social en las que los hombres puedan más plena y fácilmente conseguir su propia perfección". AAS, LIII (1961), p. 417. Cf. también Pacem in Terris, AAS, LV (1963), pp. 272-274; Dignitatis Humanae, 6; Gaudium et Spes, 26 y 74.
30. Cf. Inter Mirifica, 4.
31. Gaudium et Spes, 42; Lumen Gentium, 1.
32. Alocución a los periodistas católicos, día 17 de febrero de 1950, AAS, XLII (1950), p. 251; Cf. también Gaudium et Spes, 59, Pacem in Terris, AAS, LV (1963), p. 283.
33. Gaudium et Spes, 59.

34. Cf. Inter Mirifica, 8.
35. Cf. Pacem in Terris, AAS, LV (1963), p. 260.
36. Cf. Alocución del día 17 de abril de 1964 al "Séminaire des Nations Unies sur la liberté de l'information", AAS, LVI (1964), p. 387 y ss.
37. Cf. Inter Mirifica, 5, 12.
38. Pío XII en discurso a los periodistas americanos, 21 de julio de 1945, L'Osservatore Romano, 22-VII-1945.
39. También, 27 de abril de 1946. L'Osservatore Romano, 28-IV-1946.
40. "Que en cuanto al modo sea la información honesta y conveniente, es decir, debe respetar escrupulosamente las leyes morales y los legítimos derechos y dignidad del hombre, tanto en la obtención de las noticias como en su difusión", Inter Mirifica, 5.
41. Cf. Miranda Prorsus, AAS, XLIX (1957), p. 765.
42. Pablo VI: Discurso a representantes de teatro, cine, radio y TV y demás medios de Comunicación Social, 6 de mayo de 1967, AAS, LIX (1967), p. 509.
43. Pío XII: Discurso a representantes de cine italianos. Día 21 de junio de 1955. AAS, XLVII (1955), p. 509.
44. Pío XII: Discurso a representantes de cine reunidos en el Congreso Internacional de Roma, día 28 de octubre de 1955, AAS, XLVII (1955), pp. 822- 823.
45. Pablo VI: Discurso al Comité directivo de la Unión Católica de Periodistas Italianos (UCSI). L'Osservatore Romano, 24 de enero de 1969.
46. Cf. Dignitatis Humanae, 7.
47. Pablo VI: Carta al Excmo. Sr. U Thant, Secretario General de las Naciones Unidas. AAS, LVIII (1966), p. 480. Cf. también Discurso a los Delegados que intervinieron en el Congreso de Milán. AAS, LVIII (1966), p. 589.
48. Cf. Unitatis Redintegratio, AAS, LVII (1965), pp. 90- 112. Cf. también: Nostra Aetate, AAS, LVIII (1966), pp. 740- 744.
49. Así, el comunicado del Congreso Ecuménico de Iglesias de Upsala, 1968, p. 381.
50. Cf. Sagrada Congregación para la enseñanza católica "Ratio Fundamentalis Institutionis Sacerdotalis", AAS, LXII (1970), pp. 321- 384. Idem, principalmente párrafo 4 y número 68.

51. Pío XII: Discurso a los participantes al Congreso Internacional de periodistas católicos, celebrado en Roma, Día 17 de febrero de 1950 AAS, XLVII (1950), p. 256.

52. Cf. Lumen Gentium, 12.

53. Cf. "Reflexions et suggestions concernant le dialogue oecuménique".L'Osservatore Romano, 21- 22 de setiembre de 1970.

54. Cf. Jn 17, 21.

55. Cf. Mt 28, 19.

56. Cf. párrafo 38.

57. Mt 28, 19.

58. Mt 5, 14.

59. Inter Mirifica, 13.

60. Inter Mirifica, 17.

61. Cf. párrafos 102- 113.

62. Cf. párrafos 126-134.

63. Cf. 105 párrafos anteriores 114-121 donde se habla del diálogo en la Iglesia. Cf. también la Encíclica de Pablo VI Ecclesiam Suam y las orientaciones de los principios para un diálogo ecuménico, principalmente nn. IV, 4, b y IV, 5 del documento "Réflexions et suggestions concernant le dialogue oecumenique". L'Osservatore Romano, 21/22-IX-1970.

64. Cf. Inter Mirifica, 20.

65. Cf. Inter Mirifica, 21.

66. Cf. Inter Mirifica, 19.

67. Cf. Apostolicam Actuositatem, nn. 19 y 21.

68. Inter Mirifica, 18.

69. Cf. Inter Mirifica, 21.

70. Cf. Inter Mirifica, 18.

71. Cf. Inter Mirifica, 19.

72. Cf. In Fructibus Multis, AAS, LVI (1964), pp. 289- 292.

73. Cf. párrafos anteriores 138-141.

74. Cf. párrafo 169.

75. Cf. Inter Mirifica, 22.

ORIENTACIONES SOBRE LA FORMACIÓN DE LOS FUTUROS SACERDOTES PARA EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

(19 de marzo de 1986)

CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA ORIENTACIONES SOBRE LA FORMACION DE LOS FUTUROS SACERDOTES PARA EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE LA COMUNICACION SOCIAL

PRESENTACION

El decreto conciliar "Inter mirifica", tratando el complejo fenómeno moderno de los instrumentos de la comunicación social, ha puesto en evidencia numerosos problemas de carácter pastoral y formativo. Ellos interesan a todo el Pueblo de Dios: al clero, al laicado, a las instituciones de apostolado y educación y, entre éstas, en primer lugar, a los Seminarios. Las breves indicaciones dadas a este respecto en el n. 16 de dicho decreto y desarrolladas sucesivamente en el n. 111 de la instrucción "Communio et progressio" y en el n. 68 de la "Ratio fundamentalis", constituyen un importante punto de referencia para los Institutos de formación sacerdotal (las Facultades teológicas, los Seminarios y los Estudentados de Religiosos), ofreciéndoles eficaces estímulos para la actividad didáctica y práctico-pastoral. Sin embargo, dada la gran diversidad de situaciones locales, es comprensible que el esfuerzo formativo y los correspondientes frutos en este campo no sean iguales en todas partes. Tratándose de un campo relativamente nuevo, en el cual faltan en algunos casos experiencias específicas y educadores bien preparados, toda la obra formativa se presenta en diversos lugares aún difícil, poco sistemática y discontinua. Se perciben a veces carencias organizativas y técnicas y atrasos que contrastan con la rápida evolución que se está realizando actualmente en los sistemas y en las técnicas de comunicación, abrazando todo el universo cultural, social y espiritual de la persona humana (cfr. JUAN PABLO II, Mensaje para la XIX Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 15 de Abril 1985).

A fin que la preparación de los futuros sacerdotes en este campo sea más adecuada y responda siempre mejor a las graves tareas que les esperan, la Congregación para la Educación Católica, después de numerosas consultas con expertos en la materia y, en modo particular, con la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, tiene el gusto de ofrecer a los Seminarios las presentes "Orientaciones" con la esperanza de facilitar en algún modo su responsabilidad educativa. Independientemente de los posibles desarrollos futuros y de la variedad de situaciones, a todos los Institutos de formación sacerdotal se impone hoy con una gran urgencia un común núcleo de cuestiones fundamentales, acerca de la conducta personal de los receptores, del uso pastoral de los mass media y de la formación especializada para tareas particulares. Sobre la base de la experiencia de estos últimos años, se imparten aquí algunas indicaciones generales para los tres niveles

formativos, dejando a los Excmos. Obispos y Revmos. Educadores la decisión de servirse de ellas según las circunstancias concretas y las necesidades locales.

No hay duda que en el camino formativo delineado en este Documento se notarán algunos límites. Pero estamos ciertos que tal como se presenta a un lector benévolo y atento, se revelará suficientemente estimulante y apto para imprimir a toda la obra educativa de los Seminarios una orientación más conforme con las intenciones del Concilio Vaticano II y las exigencias espirituales de nuestros tiempos. No nos resta, por tanto, sino formular fervientes votos para que sea acogido con benevolencia, sea puesto en práctica en todos los Institutos de formación sacerdotal para un mayor bien de los candidatos al sacerdocio y de toda la Iglesia.

Roma, de la sede de la Congregación para la Educación Católica, 19 Marzo 1986, en la solemnidad de San José.

WILLIAM W. Card. BAUM

Prefecto

ANTONIO M. JAVIERRE ORTAS

Arzobispo tit. de Meta, Secretario

INTRODUCCION

1. La comunicación humana, don de Dios. Dios, sumo bien, comunica incesantemente sus dones a los hombres, objeto de su particular solicitud y amor, antes de comunicarse más plenamente a ellos en la visión beatífica. Además, para que su imagen en el hombre reflejara cada vez mejor la perfección divina (cfr. Mt 5, 48), ha querido asociarlo a su propia obra haciéndolo, a su vez, mensajero y dispensador de los mismos bienes a sus hermanos y a toda la humanidad. En efecto, el hombre, por exigencia de su naturaleza, desde los albores de su existencia ha comenzado a comunicar con sus semejantes sus propios bienes espirituales 1 por medio de signos sensiblemente perceptibles. Luego, con el tiempo, ha inventado gradualmente medios y vehículos de comunicación siempre más aptos para superar los límites de espacio y de tiempo, hasta realizar, con el desarrollo, tecnológico siempre más rápido, una comunicación mundial e instantánea de toda la humanidad mediante los instrumentos de comunicación social, que hoy se están integrando en una tele(infor)mática omnicomprendensiva.

2. La revelación y la comunicación. Este desarrollo providencial de la comunicación no podía dejar de interesar a la Iglesia sobre todo en la transmisión de las verdades reveladas: comunicadas por Dios para ser comunicadas, por medio de la Iglesia, a todos los hombres. En efecto, Dios "después de haber hablado muchas veces y de muchos modos por medio de los profetas "al final(..) ha hablado a nosotros por medio del Hijo" (Heb 1, 1-2)", disponiendo "que cuanto El había revelado para la salvación de todos los pueblos, se conservara siempre íntegro y fuera transmitido a todas las generaciones. Por eso Cristo el Señor (...) ordenó a los Apóstoles predicar a todos el Evangelio (...). Esto fue fielmente ejecutado, tanto por los Apóstoles, que con la predicación oral, con los ejemplos y las

instituciones, transmitieron lo que habían recibido de los labios, de la convivencia y de las obras de Cristo (...), como por aquellos apóstoles y hombres apostólicos, que (...) pusieron por escrito el anuncio de la salvación. Luego, para que el Evangelio se conservara siempre íntegro y vivo en la Iglesia, los Apóstoles dejaron como sucesores a los Obispos "Transmitiendo a ellos su propio puesto de magisterio"²

3. De la "comunicación" a la "comunidad". En tiempos más recientes la Iglesia ha considerado también los instrumentos de comunicación social como vehículos providenciales para realizar su misión de "predicar sobre los tejados" (Lc 12, 3), "a todos los pueblos" (Mc 16, 15), "hasta los extremos de la tierra" (Hechos 1, 8), la Palabra de salvación. Se ha interesado en ellos además para promover la formación y la tutela integral del hombre y del cristiano. De hecho, la Iglesia ha acogido dichos instrumentos como "inventos admirables de estos tiempos que más afectan la vida intelectual y espiritual del hombre" ³ y como "maravillosos frutos del ingenio y del trabajo humano, don de Dios, del cual procede todo bien". ⁴ Consciente, sin embargo, de la ambivalencia cultural y moral de los mismos, "con vigilante cuidado",⁵ ella no ha dejado de velar para prevenir todo "uso de ellos contrario al plan del Creador" ⁶ y que los convierta en daño y ruina del hombre.

El Magisterio postconciliar ha indicado en la "comunidad" la meta ideal de toda "comunicación": tanto interpersonal, como "de masa"; y ha puesto de relieve analogías y convergencias con dos ejemplares divinos de la perfecta comunicación-comunidad. El primero está en Jesucristo, "Comunicador perfecto", en el cual el Verbo encarnado "se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamándolo tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo (...), se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición (...). En la institución de la Sagrada Eucaristía, Cristo nos dejó la forma de comunidad más perfecta que puede darse en este mundo (...). Por último, Cristo nos comunicó su Espíritu Vivificador que es el principio de todo acercamiento y unidad".⁷ El otro ejemplar "tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunidad divina del Padre del Hijo y del Espíritu Santo que existen en una misma vida divina".⁸

4. Instrumentos de la comunicación social y sacerdocio ministerial. El influjo siempre más vasto y profundo que en estos últimos decenios están ejerciendo los instrumentos de la comunicación social en casi todos los aspectos, los sectores y las relaciones de la sociedad, creando en ella nuevos problemas, ha inducido al Magisterio a multiplicar las enseñanzas y normas, para tutela y provecho, no sólo de los fieles y de todo hombre de buena voluntad, sino también de cuantos en el mundo de hoy, están llamados a ejercer el sacerdocio ministerial⁹. En conformidad con estas orientaciones oficiales de la Iglesia, también esta Congregación, desde 1970, disponía en la Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis-después de haber proporcionado indicaciones generales sobre los problemas de los instrumentos de la comunicación social-que en los Seminarios fueran formados los futuros sacerdotes para el recto uso de los mismos, con la triple finalidad: "que puedan valerse por sí mismos y formar a los fieles en lo referente a estos medios, y utilizarlos eficazmente en el apostolado" ¹⁰; y el año siguiente, la Instrucción Pastoral *Communio et progressio* recalca este programa, anotando: "Para que no estén completamente alejados de las realidades de la vida y asuman sin preparación la tarea apostólica, los futuros sacerdotes y

los religiosos y religiosas, durante su formación en Seminarios y Colegios, han de estudiar la influencia de estos medios de comunicación sobre la sociedad humana y aprender su uso técnico. Esta preparación es parte de su formación integral". 11

5. La situación presente. La indicación de la *Ratio fundamentalis* debía ser, por tanto, considerada por las competentes Conferencias Episcopales en el momento de preparar la *Ratio* para las respectivas naciones, para ser luego especificada y explicitada en los programas de estudio y en los reglamentos de cada Seminario. Tratándose de una disposición relativa a un sector educativo del todo nuevo, su actuación concreta no podía estar libre de dificultades. Por esta razón, esta Congregación realizó, una encuesta en todos los Seminarios, Mayores y Menores, para averiguar si la iniciación y la formación en este campo era de hecho advertida y actuada y en qué forma. De las respuestas recibidas resultó que en la mayor parte de los centros de formación eclesiástica el problema era advertido; sin embargo, o por errónea individuación del objeto y del ámbito específico de dicha iniciación y formación, o por falta de distinción entre sus finalidades y niveles, faltaban aún casi completamente programas definidos y orgánicos; además, a menudo faltaban personas preparadas para afrontarlos y desarrollarlos; por último, en muchos casos, se constató la escasez de subsidios técnicos y de medios económicos.

6. El presente Documento. A distancia de años, tales insuficiencias no han sido eliminadas; por el contrario, se acentúan ulteriores retardos respecto a los desarrollos que entre tanto ha experimentado la comunicación humana. Por tanto, esta Congregación, mientras celebra cuanto de válido se ha ido actuando en los diversos Seminarios e institutos de enseñanza dependientes de la autoridad eclesiástica, con el presente Documento -consultada la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales- se propone ofrecer algunos consejos, propuestas y directivas de carácter más bien general, considerada la fluidez de la materia y la diversidad de situaciones locales,¹² para plantear recta y prontamente, y actuar eficazmente, cuanto el Magisterio y la citada *Ratio fundamentalis* han dispuesto y sugerido.

El Documento se dirige en primer lugar a las Conferencias Episcopales y a los Excmos. Obispos de las Diócesis de los territorios de derecho común; y también a los Superiores y Profesores de los Seminarios. Por tanto, sujetos de la específica iniciación y formación de que trata este Documento, se consideran ante todo los alumnos de Seminarios Mayores y Menores de dichos territorios; pero ciertamente podrá ofrecer útiles servicios también a los Seminarios e institutos de formación sacerdotal que no dependen de la Congregación para la Educación Católica.

7. El objeto. El objeto propio y directo de la iniciación y educación específica, al cual el Documento se refiere, son en primer lugar, aquellos medios actuales de comunicación que - a menudo calificados como *mass media* (13), *techniques de diffusion*, comunicaciones de masa, audiovisuels... y con otros términos más o menos inadecuados - el decreto conciliar *Inter mirifica*, secundado después por el nuevo Código de Derecho Canónico, 14 ha calificado más propiamente como "instrumentos de la comunicación social": "la prensa, el cine, la radio, la televisión y los otros instrumentos de las mismas características" (n. 1). En efecto, ellos se distinguen por su relevante tecnicidad, y también por su propia y altísima capacidad de comunicación, que es factor primario del fenómeno actual de la socialización¹⁵. Son también objeto de este Documento los problemas socio-culturales y

morales-pastorales estrechamente relacionados con tales instrumentos, especialmente los que entran, por un lado, en la comunicación humana más general y, por otro lado, en la tecnología, hoy sobre todo, microelectrónica¹⁶. Sin embargo, junto a este objeto propio y directo de las presentes Orientaciones, las necesidades pastorales requieren que nos interese ocasionalmente también en el estudio y en la práctica de otros medios e instrumentos de expresión y de comunicación, tales como el teatro, las artes figurativas y otros, aunque estén fuera del marco antes trazado.

8. Criterios redaccionales. Este Documento se abstiene a propósito de tratar cuestiones técnicas y teorías sobre los mass media y sobre los fenómenos socio-culturales relacionados con ellos; sobre los cuales, además, los expertos a menudo discrepan. Habiendo reunido en Apéndice (n. I) los documentos más significativos, tampoco trata detenidamente cuanto el Magisterio en cinco decenios ha enseñado y dispuesto al respecto. Por último, en otro Apéndice (n. II), ejemplifica los temas y argumentos particulares que se tratarían eventualmente en los tres diversos niveles de la iniciación y educación.

A) PRINCIPIOS COMUNES

9. Tres niveles. Conviene distinguir y desarrollar la iniciación y la formación según tres grados o niveles:

El primero, "de base", se refiere a la adecuada y específica formación de los receptores, es decir, a todos los lectores, espectadores y auditores de los mass media ¹⁷; ha de impartirse, por tanto, a todos los alumnos de Seminario indistintamente en cuanto todos están incluidos entre los receptores. El segundo, "pastoral", se refiere a la futura actividad sacerdotal, sea para poder formar a su vez a los fieles al recto uso de los mass media, sea para poder los mismos sacerdotes hacer un válido uso de ellos en el apostolado; ha de impartirse, por tanto, a todos los futuros sacerdotes.

El tercer nivel "de especialización", se refiere a "cuantos ya operan los mass media o que, mostrando especial inclinación, deben ser preparados más específicamente a su uso"¹⁸, como asimismo a cuantos se encaminan a la enseñanza y formación sobre los mass media en los dos primeros niveles.

10. Ambito propio. En cada grado y nivel conviene precisar y distinguir el ámbito propio de la iniciación y formación, diferenciando las cuestiones propias de los instrumentos de la comunicación de aquellas que no se refieren directamente al objeto específico de estas Orientaciones. A este fin se aconseja:

a) procurar --en la medida que lo consientan las respectivas expresiones lingüísticas--hacer uso correcto de los términos, teniendo presentes las diversas acepciones en que las diferentes terminologías son usadas corrientemente por los diversos autores y en las diversas escuelas. Esto valga especialmente respecto a la acepción jurídica que la terminología conciliar ha asumido también en el nuevo Código de Derecho Canónico;

b) en particular considerar y tratar como "instrumentos de la comunicación social" solamente la prensa diaria o periódica de información, el cine, la radio, la televisión y otros que tengan las mismas características tecnológico-comunicativas¹⁹; distinguiéndolos, tanto

de otros medios de expresión que, aunque relevantes sean menos específicos (por ejemplo, el teatro), como de técnicas similares (por ejemplo, la edición de libros) o complementarios a los "instrumentos" propiamente tales, como los discos, las cassettes, las diapositivas, los groupmedia, los multimedia, los minimedia... (de los cuales en el n. 7);

c)teniendo en cuenta la evolución tecno-sociológica global acelerada hacia la tecnocrónica y la telemática, de la cual los mass media son, al mismo tiempo, objeto, agentes y espejo, es necesario tratar no exclusivamente de uno u otro de ellos (sólo del cine, sólo de la televisión...), ignorando los otros (por ejemplo, la prensa); ni conviene tratar solamente cierto aspecto peculiar de algunos de ellos (por ejemplo, solamente de la cultura y civilización "de la imagen"); sino también y sobre todo de su conjunto y de todos sus aspectos y problemas más recurrentes entre los autores más conocidos: como son el "diálogo del mundo", la "aldea cósmica", el "hombre unidimensional", el a hombre computador-informatizado" ...

d) por último, entre éstos y otros macrofenómenos socio-culturales, es necesario dar mayor espacio a los de la información, de la propaganda y publicidad, de la así llamada "opinión pública", del uso del tiempo libre..., en cuanto específicamente vinculados con los mismos instrumentos.

11. Formación integral. Se deberá procurar, sobre todo en los dos primeros grados o niveles--de base y pastoral--, una iniciación y formación de los alumnos a los mass media lo más integral posible, teniendo bien claros sus fines y contenidos, y dando la debida atención también a una apropiada praxis didáctica. Por tanto:

a) haya interés en todo caso en la formación y en la tutela de personalidades plenamente humanas en los receptores, abriéndolos a aquellos valores psico-sociológicos y ético-culturales que los mass media comprometen vastamente, pudiendo éstos ayudar tanto a su favorable crecimiento, como a su lamentable degradación; y haya interés también por la maduración cristiana de los receptores para que, con el uso responsable de los mass media, sepan después vivir toda su vida sacerdotal de modo enriquecedor y fecundo;

b) se cuide, luego, que la enseñanza teórica esté acompañada por una cierta experiencia práctica y un adecuado uso de los instrumentos mismos, sea para dar a conocer a los alumnos, con progresiva madurez, las constantes culturales y políticas, religiosas y morales de las producciones y programaciones en curso, sea para poder evaluar las técnicas modernas con realismo y sentido crítico. De aquí la conveniencia de que los Seminarios e institutos de instrucción estén dotados de un adecuado instrumental práctico.

12. Seguridad doctrinal. Es necesario que la iniciación y la formación partan y se desarrollen en un contexto doctrinalmente cualificado y seguro, excluidas en los profesores toda superficialidad e improvisación (cfr. I Apéndice, n. 35). Es necesario, por tanto:

a)que los encargados de la iniciación y de la formación de primer grado o "de base", no sean simples practicantes o técnicos de algún mass medium; sino que, por muy especializados y competentes que sean en ellos, estén también provistos de un suficiente

conocimiento del conjunto de los problemas culturales y técnicos, profanos y religiosos, preferiblemente adquirido frecuentando un curso de segundo nivel o "pastoral";

b) que especialmente los encargados de estos cursos de segundo nivel estén informados sobre cuanto los estudiosos más acreditados han investigado, formulado y publicado en torno a los mass media en los diversos ámbitos culturales. Pero, en el acto de participarlo a los alumnos, distinguan bien lo cierto y demostrado de lo hipotético y opinable, lo definitivo de lo transitorio, lo circunscrito de lo general, los hechos de sus interpretaciones ideológicas: esto vale especialmente cuando se derivan normas de comportamiento moral o de praxis pastoral de teorías y propuestas particulares;

c) que todos se familiaricen, acojan confiadamente y propongan con objetividad el copioso Magisterio de la Iglesia sobre el tema; la selección del Magisterio que damos en Apéndice, ya ofrece suficiente materia de estudio y reflexión. Entre los principales documentos que un profesor católico de mass media debería tener constantemente presentes se cuentan: la encíclica de Pío XI sobre el cine *Vigilanti cura* (1936); los dos Discursos sobre el film ideal (1955) y la encíclica *Miranda prorsus* (1957) de Pío XII; la carta de la Secretaría de Estado a la *Semaine Sociale* de Nancy (1955); el decreto conciliar *Inter mirifica* (1963); la instrucción pastoral *Communio et progressio* (1971); los Cánones que en el nuevo Código de Derecho Canónico (1983) tratan de los instrumentos de la comunicación social, como asimismo los Mensajes que los Sumos Pontífices han enviado para las celebraciones de las Jornadas mundiales de los instrumentos de la comunicación social.

13. Subsidios necesarios. A este fin la Congregación hace votos para que en las diversas áreas lingüísticas y culturales, sean preparados y divulgados con solicitud, para los dos primeros niveles de iniciación y educación, adecuados manuales de estudio, colecciones de documentos del magisterio, subsidios didácticos y bibliografías orientativas razonadas sobre cuanto en el mundo se va publicando sobre el tema.

B) NORMAS PARTICULARES

I - NIVEL DE BASE: FORMACION DE LOS RECEPTORES

14. Finalidad. La primera iniciación y formación "de base" debe tender a iluminar a los alumnos, a afinarles el sentido crítico y a formarles la conciencia de modo que sean liberados de fáciles sugerencias y manipulaciones que los mass media pueden provocar, sobre todo, si es en daño de la verdad y de la moral. En particular, se trata de adiestrarlos con una segura formación doctrinal y ascética, para que "por personal y libre opción (...) ellos favorezcan en la comunicación lo que sobresale en virtud, ciencia y arte; y eviten, en cambio, todo lo que pueda ser causa u ocasión de daño espiritual para ellos, o pueda poner a otros en peligro por el mal ejemplo, u obstaculice las comunicaciones buenas y promueva las malas".²⁰

15. Competencias y suplencias. A la iniciación y formación de base de los receptores deberían proveer, oportunamente ²¹ y conjuntamente, la familia ²², la catequesis ²³ y la escuela, en particular la escuela católica -primaria, media y superior-²⁴ esta última, tratando de los mass media, sea ocasionalmente en el ámbito de las materias de enseñanza ordinaria, sea-al menos en la escuela media y superior-en cursos propios. Pero, en la

hipótesis que, entrando en el Seminario, se mostraran los alumnos carentes de esta formación, conviene que el mismo Seminario la supla. En todo caso, procédase no sólo con intervenciones ocasionales, en relación al aprovechamiento de los mass media en el ritmo mismo de la vida del Seminario, sino también con iniciativas extraescolares: cursos, conferencias, forum, ejercitaciones²⁵, exhortaciones... aptas para proporcionar principios y normas que sean útiles:

1. para una selección autónoma informada, cuantitativa y cualitativa, de los programas por parte de los alumnos;
2. para un comportamiento responsable, provechoso durante el goce de los mismos;
3. para un oportuno adiestramiento de los alumnos con el fin de poder dar-según sus respectivos niveles de estudio y su progresiva maduración humana- juicios críticos motivados sobre los mensajes y sobre los valores-culturales y religiosos, explícitos o implícitos-propuestos o sistemáticamente ignorados por los programas.

16. Aspecto cultural. Se debe atender al aspecto técnico específico de cada uno de los instrumentos; esto es necesario para la indispensable correcta "lectura" y comprensión objetiva de sus comunicaciones. Préstese mucha atención también a las estructuras económicas, políticas o ideológicas que, en las respectivas áreas nacionales y culturales, condicionan, en la cualidad y en la cantidad, sus mensajes, en los niveles de producción, de distribución y de consumo ²⁶ Ténganse presentes, además, -en relación a los niveles escolares de los alumnos-los aspectos culturales y estéticos, en conexión con las otras disciplinas y con otros vehículos y formas de expresión y de comunicación-tales como la historia, la filosofía, la literatura, la dramaturgia, las artes figurativas, la música ...-, de manera que concuerde con ellas aquella "escuela paralela", y a menudo contrapuesta, que son los mass media. Sobre todo, tal formación cultural y estética-formando y afinando el buen gusto de los alumnos-los llevará a rechazar y a superar fácilmente programaciones con contenidos y sugerencias culturalmente decadentes y moralmente contraproducentes ²⁷. Es oportuno notar, a este propósito, el inestimable valor de una sólida formación filosófica de los alumnos.

17. Aspecto religioso-moral. El aspecto religioso y moral es de fundamental importancia para la formación de los futuros sacerdotes a una libertad interior personal, radicada en profundas convicciones, que es necesaria también para aquel testimonio del buen ejemplo con el cual ellos deberán conferir eficacia a su obra de maestros y guías. En este trabajo:

- a) evítese degradar la moral de los mass media a mero moralismo, o reducirla toda, o casi toda, a la esfera de lo erótico sexual, permaneciendo, sin embargo, atentos a la luz particular en la cual este aspecto se coloca para cuantos se preparan a vivir el celibato consagrado;
- b) prográmesese preferentemente el uso y empleo positivo de los mass media: prefiriendo lo que sea válido y "edifique", respecto a lo negativo, es decir, evitando cuanto se presuma nocivo y peligroso;

c) en el bien como en el mal, hágase ver no sólo lo que afecte la conciencia individualmente, sino también la relevancia social de las propias opciones y de los mensajes que de ellas derivan. Valdrá para esto también la atención que han de prestar los alumnos a los "juicios morales" eventualmente dados por las competentes autoridades²⁸

18. Exposición a los mass media Para que los alumnos prueben en la práctica cuanto van aprendiendo en doctrina y para que se adiestren a dar "el testimonio de una personalidad humanamente realizada y madura, que sepa entrar en relación con los demás sin prevenciones injustificadas ni ingenuas imprudencias, sino con apertura cordial y sereno equilibrio"²⁹ _excluida una actitud meramente defensiva que conduce a una total cerrazón frente a los mass media-, convendrá habituarlos con una cierta amplitud, individualmente y en grupos homogéneos, a la información realista que los instrumentos de la comunicación ofrecen del mundo y de sus dramas y problemas;

a) teniendo en cuenta los diversos niveles de edad y de desarrollo cultural y moral de los alumnos;

b) educándolos al uso de los mass media no exclusivamente en función del entretenimiento, sino sobre todo, de la información y de la formación, para un crecimiento armónico cultural y social. Para esto adiéstrese mediante forum y otros ejercicios análogos a introducir, analizar, discutir y juzgar críticamente espectáculos y mensajes, especialmente los de destacado o controvertido relieve cultural, social y éticoreligioso;

c) recordando las normas de prudencia y ascesis constantemente recomendadas por los Sumos Pontífices, por el Vaticano II y por el Códico de Derecho Canónico para cuantos se preparan a la vida consagrada³⁰

19. Equilibrio necesario. No faltarán situaciones en que será necesario remediar exageraciones y descompensaciones. En tales casos, intégrese la iniciación y la formación de base en una equilibrada disciplina, individual y comunitaria, apta para compensar los desequilibrios, culturales y espirituales, relacionados con el uso prolongado y no balanceado de los mass media; sea a causa de sus "contenidos", cuando, como ocurre a veces, son decadentes; sea a causa de su modo propio de expresar, cuando "el medio" acaba siendo él mismo "el mensaje". Cuanto más se perciban estos inconvenientes, tanto más, contra toda prevalencia de lo superficial, dispersivo y alienante, deben ser guiados los alumnos a amar y practicar la lectura, el estudio, el silencio y la meditación. Sean adiestrados además, a practicar el diálogo comunitario y la oración, asegurando las necesarias condiciones internas y externas para ello. Esto sirve contra el aislamiento y la incomunicabilidad causados por la comunicación unidireccional de los mass media, y para hacer revivir los valores auténticos y absolutos propios de la profesión cristiana y del ministerio sacerdotal-particularmente los de la obediencia y de la pobreza evangélicas ³¹ _ que la visión materialista y consumista de la existencia humana ofrecida por los instrumentos de la comunicación muy a menudo rechaza o ignora.

II - SEGUNDO NIVEL: FORMACION PASTORAL

20. Las tres finalidades. El segundo nivel, de formación específicamente pastoral, que se impartirá, por tanto, durante los cursos filosófico y teológico indistintamente a todos los que se preparan al ministerio sacerdotal, debe proponerse tres finalidades:

a) adiestrar a los interesados al uso correcto de los instrumentos de la comunicación social y, en general, de toda técnica de expresión y de comunicación, en las actividades pastorales, cuando las circunstancias lo consientan; 2

b) formarlos, en este campo, como maestros y guías de los demás (receptores en general, educadores y cuantos operan los mass media) con la enseñanza, la catequesis, la predicación, etc., y como asesores, confesores, directores espirituales;

c) sobre todo, sensibilizarlos y prepararlos a una necesaria continua adecuación de su futura actividad pastoral, incluida la de inculturación de la fe y de la vida cristiana en las diversas Iglesias particulares³³ a un mundo psicológica y socialmente condicionado por los mass media ³⁴ y por la tele(infor)mática³⁵

21. Adiestramiento práctico. La insustituible función del ministerio de la palabra en el apostolado sacerdotal, exige la necesaria formación teórica y práctica, del futuro sacerdote en el arte del decir. Para alcanzar la primera de estas finalidades, es decir, la formación teórica al uso pastoral de los mass media, convendrá, antes que nada, instruir a los alumnos sobre las modalidades expresivo-comunicativas (los así llamados "lenguajes") propias de cada instrumento, en relación a los "mensajes" que se intenta comunicar, y a las características receptoras de las diversas "audiencias". Esto se podrá hacer mediante lecciones metódicas, profundizadas con análisis críticos-comparados de publicaciones y de programas-tipo, actuales o de repertorio. Además, será preciso ejercitarlos, posiblemente con la colaboración de expertos externos, en el recto uso de los mismos instrumentos: en la dicción y en el comportamiento delante de los micrófonos, de las cinecámaras o de las telecámaras, especialmente en las acciones litúrgicas. Servirán a este fin también las elaboraciones y luego las discusiones en grupo, de entrevistas, de servicios periodísticos, de shorts publicitarios y de programas de radio y televisivos. Pueden referirse a periódicos internos al Seminario, y en circuito cerrado, a los servicios externos, por ejemplo: en las parroquias, en las escuelas y en la prensa local, religiosa y laica. En particular se han de alentar y, si es necesario y posible, ayudar las publicaciones del Seminario como preciosos vehículos para estimular y ejercitar la creatividad de los alumnos.

22. Subsidiarios didáctico-pastorales. En este adiestramiento práctico al uso pastoral de los mass media, se debe dedicar una conveniente atención también a los diversos otros medios y técnicas de expresión y de comunicación, que pueden presentarse como similares o subsidiarios. Entre éstos tiene preeminencia el teatro. Se recomienda preocuparse de él para adiestrar a los futuros sacerdotes a entenderlo y evaluarlo bien cuando, como sucede muy a menudo, es programado por los mass media³⁶ y también porque la producción y la interpretación personal de los textos teatrales contribuyen a afinar las capacidades comunicativas de los alumnos ante el público, y a prepararlos al trabajo de grupo. Vienen luego, los discos, las audio y video-cassettes, las diapositivas y las filminas, los diversos group media, multimedia y minimedia, y los audiovisuales en general, que por su módico

costo y facilidad de uso pueden ofrecer particulares ventajas didáctico-pastorales, especialmente en la catequesis y en la animación de grupo.

23. " El hombre total". Para conseguir las otras dos finalidades de esta formación pastoral convendrá no ignorar, al menos en sus puntos esenciales, las diversas temáticas socio-culturales: tecnología, telemática, antropología cultural, sociología, economía, semiología y lingüística, psicología y pedagogía, etc., en cuanto relacionadas con la comunicación humana actuada con los mass media y con las tecnologías más recientes. En las mismas temáticas, se encuadrará la temática propiamente religiosa y moral-pastoral de los instrumentos de la comunicación social. En efecto, conviene tener presente el "hombre total", que los mismos instrumentos impactan bajo el aspecto individual y social, primero como hombre, después como creyente y cristiano; cuya plena tutela y promoción, especialmente hoy, la Iglesia asume como tarea de la propia cura pastoral 37 A esta cura pastoral es necesario que el sacerdote se adapte, tanto en la didáctica, para hacer comprensible a los hombres de hoy el mensaje de la salvación, como en la pedagogía, para hacerlo operante.

24. Aptitudes comunicativas. Esta formación pastoral, teórica y práctica, al uso de los instrumentos de la comunicación social será ciertamente facilitada si en el Seminario se integra en un clima de comunicación de los alumnos entre sí y con los propios profesores. A tal fin es necesario cuanto sigue:

-educar a los alumnos al silencio interior, necesario tanto a la vida espiritual como a la intelectual, para evitar el bullicio dispersivo de la actual comunicación de losmass media;

-entrenar a los alumnos en el frecuente diálogo interpersonal y del grupo, velando por la propiedad del lenguaje, la claridad de la exposición y la eficacia de la argumentación, para integrar las comunicaciones prevalentemente unidireccionales y por imágenes de losmass media;

-que los docentes, por su parte, tratando de losmass media y de las demás materias, procuren sin perjuicio del rigor científico la máxima comunicabilidad, eventualmente actualizando el propio lenguaje;38

-que todos indistintamente, en unión de voluntades y de corazones, tiendan a "aquella comunión que según la fe cristiana constituye el fin primario y último de toda comunicación"39

25. Subsidios y fuentes. Para facilitar el trabajo a los alumnos, será útil el conocimiento directo de los autores y de los estudios más acreditados, proveyéndolos de textos y de revistas, y guiándolos en la discusión crítica de las tesis y de las propuestas avanzadas por los mismos, sobre todo si son susceptibles de relevantes aplicaciones en el comportamiento ético-moral de los fieles, y de los hombres en general, y en la práctica pastoral. Recúrrase, además, a la ayuda especializada de personas externas y facilítese a los alumnos, por ejemplo, en la "Jornada Mundial" anual, oportunamente preparada y celebrada por ellos 40 frecuentes encuentros con los que operan en los Organismos eclesiásticos de los mass media: diocesanos, nacionales y también internacionales--tales como la UCIP para la

prensa, la OCIC para el cine y la UNDA para la radio-televisión--, y con sus operadores en sus ambientes profesionales.

26. Cursos y exámenes. Se aconseja que al menos una parte de esta formación específica pastoral sea ofrecida también aprovechando ocasiones, tratando las cuestiones a medida que lo consientan las materias humanístico-sociológicas y filosófico-teológicas. Sin embargo, la disciplina no sea considerada como auxiliar u opcional, sino que, durante el curso filosófico-teológico, se integren en cursos orgánicos lecciones y ejercitaciones con examen final.

III - TERCER NIVEL: FORMACION ESPECIALIZADA

27. Los destinatarios. Conviene que "cuantos ya utilizan, o se preparan para utilizar los instrumentos" de la comunicación social, y que "muestren especiales inclinaciones", no se contenten con la formación pastoral impartida a todos los seminaristas, sino que procuren adquirir, "oportunamente, una más especializada"⁴¹ Por su parte, los superiores estén atentos a descubrir estos jóvenes y ayúdenles a adquirirla. Son invitados a procurar tal formación, más bien prácticoprofesional, no sólo los que se preparan al periodismo activo, y a trabajar en el cine, en la radio y en la televisión, sino también, al menos en un cierto grado, los que se preparan a la enseñanza de esta disciplina, o a la dirección y colaboración en las oficinas, diocesanas y nacionales, de los instrumentos de la comunicación social.

28. Sedes. En diversas áreas lingüísticas sirven laudablemente, de manera más o menos completa, también iniciativas e instituciones de la Iglesia o de fieles particulares. Pero, donde estas iniciativas faltasen, o, por carencia o insuficiencia de equipamiento y de expertos, no resultase eficiente, convendrá que también los alumnos de los Seminarios, o los sacerdotes ya comprometidos en el ministerio sacerdotal, con sentido de prudencia, recurran a otras instituciones públicas aptas ⁴² procurándose personalmente una correcta deontología profesional.

*** Esta Congregación confía en que un clero así formado podrá eficazmente ayudar a "todos los hombres de buena voluntad (...) a usar los instrumentos de la comunicación social únicamente en beneficio de la humanidad, cuyo porvenir depende cada día más de su recto uso"; en un tiempo, además en que "el Pueblo de Dios, fijos en el mañana los ojos confiados y atentos, vislumbra lo que a manos llenas le promete la recién nacida era espacial" ⁴³ telemática.

APENDICE I

LA FORMACION DEL CLERO AL USO DE LOS MASS MEDIA EN LOS DOCUMENTOS OFICIALES DE LA IGLESIA (selección en orden cronológico)

1. PIO XI, Carta encíclica Ad catholici sacerdotii (20 Dic. 1935: A.A.S. 28 [1936], 5), sobre la actualización cultural del clero:

"(...) el sacerdote, aun engolfado ya en las ocupaciones de su santo ministerio y con la mira puesta en él, prosiga en el estudio serio y profundo de las materias teológicas, acrecentando

de día en día la suficiente provisión de ciencia, hecha en el seminario, con nuevos tesoros de erudición sagrada que lo habiliten más y más para la predicación y para la dirección de las almas (...). "Por el decoro del ministerio que desempeña, y para granjearse, como es conveniente, la confianza y la estima del pueblo, que tanto sirven para el mayor rendimiento de su labor pastoral, debe, además poseer aquel caudal de conocimientos, no precisamente sagrados, que es patrimonio común de las personas cultas de la época (...). Los clérigos no se deben contentar con lo que tal vez bastaba en otros tiempos; mas han de estar en condiciones de adquirir, mejor dicho, deben de hecho tener una cultura general más extensa y más completa, correspondiente al nivel más elevado y a la mayor amplitud que, hablando en general, ha alcanzado la cultura moderna comparada con la de los siglos pasados".

2. PONTIFICIA COMISION PARA LA CINEMATOGRAFIA, Carta del Presidente Mons. Martin O'Connor al Episcopado Italiano (1 Junio 1953) sobre las salas de cine parroquiales.

"4 - (...) Muchos sacerdotes en cura de almas, preocupados por defender la grey confiada a ellos y convencidos de que deben oponer al cine inmoral espectáculos sanos y educativos, han soportado grandes sacrificios para abrir en la parroquia o en el oratorio una sala de cine, a la cual el pueblo, y sobre todo la juventud, pueda acceder sin peligros.

5 - Estas iniciativas confirman la dedicación con que el episcopado y el clero siguen el preocupante problema del cine, que se ha constituido en una exigencia para la gran parte de las poblaciones, no sólo de las ciudades, sino también de los centros rurales menores.

20 - (...) La comisión diocesana se preocupe de orientar a la pública opinión y de influir con todos los medios para crear una conciencia cristiana en los espectadores que llenan las salas públicas. A este fin se han constituido en muchas ciudades círculos de estudio, o "cineforum". Para su actividad, éstos deberán inspirarse en los principios de la moral cristiana y en las normas emanadas de la autoridad eclesiástica, tanto en la selección de los film a programar como en la impostación de la discusión.

25 - Se prepare con solicitud la "Jornada del cine católico" en la cual los sacerdotes ilustrarán a los fieles sus deberes en este campo".

3. PIO XII, Exhortación I rapidi progressi, al Episcopado italiano, sobre la televisión (1 Enero 1954: A.A.S. 46 [1954], 18).

"24 - (...) es más que nunca necesario y urgente formar en los fieles una conciencia recta de los deberes cristianos respecto al uso de la televisión: es decir, una conciencia que sepa advertir los eventuales peligros y se atenga a los juicios de la autoridad eclesiástica sobre la moralidad de las representaciones teletransmitidas (...). Por eso, Nosotros no podremos elogiar suficientemente a todos aquellos que, según sus posibilidades, como verdaderos apóstoles del bien, os ayudarán en esta benéfica obra".

4. PIO XII, en la encíclica *Sacra virginitas* (25 Marzo 1954: A.A.S. 46 [1954], 161), en la tercera parte trata del cine, relevando que la castidad perfecta es una virtud difícil, denunciando los peligros que a ella se oponen e indicando los medios para conservarla:

"54 - (...) Algunos piensan que todos los cristianos, y principalmente los ministros sagrados, no deben ser segregados del mundo, como en tiempos pasados, sino que deben estar presentes en el mundo, y por tanto tienen que afrontar al riesgo y poner a prueba su castidad, para que se manifieste si son o no capaces de resistir: véanlo todo los jóvenes clérigos, para que se acostumbren a contemplar todo con ánimo sereno y se inmunicen contra cualquier género de turbaciones. Les conceden fácilmente que puedan sin sonrojo mirar todo lo que a sus ojos se ofrece, frecuentar espectáculos cinematográficos, aun los prohibidos por la censura eclesiástica, hojear cualquier revista, aun obscena (...). Y esto lo permiten con el pretexto que hoy día son muchos los que se sacian de tales espectáculos y lecturas, y es necesario entender su manera de pensar y sentir para poderles ayudar. Es fácil ver lo falso y desastroso de este modo de educar al clero y prepararlo a conseguir la santidad propia de su misión".

5. S. S. CONGREGACION DEL CONCILIO, Carta del Prefecto Card. Pietro Ciriaci (16 Junio 1956), al Congreso de Anversa (1-2 Agosto 1956) sobre el tema "Catechesi per il nostro tempo":

"2 - (...) "Quién no ve, en un mundo que cambia y cuya fisonomía ha sido trastornada por las técnicas modernas (...), la urgencia e importancia de reconsiderar los problemáticos datos esenciales de la enseñanza religiosa, de extraer de ellos los elementos irrenunciables, de adaptar los métodos a las necesidades presentes, a las carencias de las clases y de los países subdesarrollados a las condiciones psicológicas del hombre de hoy?"

6. PIO XII, Discurso sobre la actualización y el magisterio de la Iglesia (14 Sept. 1956: A.A.S. 48 [1956], 707):

"25 - (...) El sacerdote en cura de almas puede y debe saber lo que afirman las ciencias modernas, el arte y la técnica modernos, en cuanto se refieren al fin y a la vida religiosa y moral del hombre: lo que es religiosamente admisible, lo que es inadmissible, lo que es indiferente (...) Hay una semejante (y hoy aun mayor) necesidad de "aggiornamento pastorale"--queremos decir: adaptación-a la predicación de la Iglesia (al vivum Magisterium ecclesiasticum), como también un "aggiornamento pastorale" a las ciencias modernas; es más, debemos decir que hay en el momento presente una más grande necesidad de la "orientación" de las mismas ciencias modernas (en cuanto ellas tocan los campos religiosos y morales) al magisterio de la Iglesia (...)"

7. PIO XII, en la Carta encíclica *Miranda prorsus* (8 Sept. 1957: A.A.S. 49 [1957], 765), relevaba en primer lugar la indispensable preparación de los radio y teleespectadores en general (nn. 58-59; 61-62), y luego, la específica del clero, respecto a la radio y la televisión (nn. 127-128 Y 147), y respecto a todos los mass media (nn. 153 Y 154).

"58 - (...) El cine, la radio y la televisión ofrecen nuevas posibilidades de expresión artística, y por esto un específico género de espectáculo, destinado no ya a un grupo

escogido de espectadores, mas a millones de hombres, diversos en edad, ambiente y cultura.

59 - Para que el espectáculo en tales condiciones pueda cumplir su función, es necesario un esfuerzo educativo que prepare al espectador a comprender el lenguaje propio de cada una de estas técnicas, y a formarse una conciencia recta que permita juzgar con madurez los varios elementos ofrecidos por la pantalla y por el altavoz, para que no tenga que sufrir pasivamente su influjo, como sucede con frecuencia.

61 - (...) Son hoy numerosas las iniciativas que tienden a preparar tanto a los adultos cuanto a la juventud para que valoren mejor los lados positivos y negativos del espectáculo (...).

62 - Dichas iniciativas (...) merecen no solamente Nuestra aprobación, sino también Nuestro más entusiasta aliento para que sean introducidas y fomentadas en las escuelas y en las universidades, en las asociaciones católicas y en las parroquias.

127 - Por cuanto la digna presentación de las funciones litúrgicas por medio de la radio, como también, de las verdades de la fe y las informaciones sobre la vida de la Iglesia exigen (...) talento y comprensión especial, es indispensable preparar cuidadosamente a los sacerdotes (...) destinados a tan importante actividad.

128 - A tal fin (...) organícense oportunamente cursos adecuados de adiestramiento que permitan a los candidatos (...) adquirir la habilidad profesional necesaria para asegurar a las transmisiones religiosas un nivel artístico y técnico elevado.

147 - Invitamos (...) en primer lugar al clero y a las Ordenes y Congregaciones religiosas, a darse cuenta de esta nueva técnica y a prestar su colaboración para que se pongan al alcance de la televisión las riquezas espirituales del pasado y las que puedan brindarle todo progreso auténtico.

153 - No podemos concluir estas enseñanzas Nuestras, sin que recordemos cuanta importancia ha de tener (como en todos los campos del apostolado) la intervención del sacerdote en la actividad que la Iglesia debe desplegar para favorecer y utilizar las técnicas de la difusión.

154 - El sacerdote debe conocer los problemas que el cine, la radio y la televisión plantean a las almas. "El sacerdote que tiene cura de almas -decíamos a los que tomaron parte en la semana de adaptación pastoral en Italia (Discurso del 14 Sept. 1956: A.A.S. 48 [1956], 707)-puede y debe saber lo que afirman la ciencia, el arte y la técnica moderna, por la relación que éstas tienen con la finalidad de la vida religiosa que, según el prudente juicio de la Autoridad Eclesiástica, lo requieran la naturaleza de su sagrado ministerio y la necesidad de llegar a un mayor número de almas. Debe, finalmente, cuando de ellas se sirve para uso personal, dar ejemplo a todos los fieles de prudencia, de moderación y de sentido de responsabilidad".

8. JUAN XXIII, Discurso al clero romano promulgando el Primer Sínodo Romano (24 NOV. 1960: A.A.S. 52 [1960], 967), sobre la mortificación del sacerdote:

"34 -Ecce nos reliquimus omnia et secuti sumus te. En este omnia que hemos dejado por Cristo, está incluida también la participación de toda lectura y de toda visión de periódico, de revista y de libro, de diversión, que en cualquier modo contradiga a la verdad y al espíritu de Cristo, a la enseñanza de la Santa Iglesia, a las prescripciones e invitaciones de nuestro Sínodo bendito".

9. PRIMER SINODO ROMANO (29 Junio 1960: Primo Sinodo Romano, Tip. Vaticana, 1961), a propósito de los espectáculos en general, disponía:

"704, ð 2 - Es bueno que el clero (...) sea instruido acerca de los espectáculos y a los relativos deberes de apostolado, teniendo presentes las enseñanzas de los Sumos Pontífices".

A propósito del cine dependiente de la autoridad eclesiástica:

"693, ð 1 - Las salas de proyección aprobadas por la autoridad eclesiástica tienen la finalidad de proteger a los fieles, y especialmente a los jóvenes, de los daños de las malas películas y de utilizar las buenas para fines educativos".

ð2 - Es absolutamente necesario y justo que los dirigentes de dichas salas se inspiren en finalidades de apostolado, adoptando severos criterios en la selección de los programas y teniendo siempre presentes las particulares exigencias de una sala católica, aprobada por la autoridad eclesiástica".

A propósito de la formación de los fieles:

"703, ð 1 - El clero (...) y todas las asociaciones y obras de apostolado se empeñen en formar en los fieles una recta conciencia acerca del uso de los medios audiovisivos. A esta finalidad se organicen jornadas de propaganda y cursos de predicación, que podrán concluirse con una función religiosa y la pública promesa de abstenerse de todo espectáculo inmoral".

10. CONCILIO ECUMÉNICO VATICANO II, Constitución Sacrosanctum Concilium sobre la sagrada liturgia (4 Dic. 1963: A.A.S. 56 [1964], 105). Trata de las transmisiones radio-televisivas de las funciones sagradas:

"20 - Las transmisiones radiofónicas y televisivas de las funciones sagradas, especialmente si se trata de la celebración de la Misa, sean hechas con discreción y decoro, bajo la dirección y garantía de persona competente, destinada a tal oficio por los Obispos".

11. CONCILIO ECUMÉNICO VATICANO II, decreto Inter mirifica sobre los instrumentos de la comunicación social (4 Dic. 1963: A.A.S. 56 [1964], 145). Fija las tareas pastorales de la Iglesia respecto al uso de los mass media (nn. 3 Y 13); trata de la preparación teórica y práctica de todos los receptores (nn. 9 y 16) y de los operadores de los mismos con finalidades pastorales (n. 15); por último, trata de la Jornada Mundial como ocasión para sensibilizar a los fieles (n. 18):

"3 - La Iglesia Católica (...) considera que forma parte de su misión predicar a los hombres con ayuda de los medios de comunicación social el mensaje de salvación y enseñarles el recto uso de estos medios. A la Iglesia, pues, corresponde el derecho originario de usar y de poseer toda clase de medios de este orden, en cuanto son necesarios o útiles para la educación cristiana y para toda su obra de salvación de las almas; y corresponde a los sagrados Pastores la tarea de instruir y de gobernar a los fieles de modo que éstos, sirviéndose de dichos medios, atiendan a la perfección y salvación de sí mismos y de toda la familia humana (...).

13 - (...) Esfuércense todos los hijos de la Iglesia para que los medios de comunicación social se utilicen eficazmente (...) en las múltiples obras de apostolado (...) anticipándose a las iniciativas dañinas, especialmente en aquellas regiones en las que el progreso moral y religioso reclama mayor diligencia. Apresúrense, pues, los sagrados Pastores a cumplir en este campo su misión, íntimamente ligada a su deber ordinario de predicar (...).

9 - Particulares deberes obligan a todos los receptores (...) que, por particular y libre elección, reciben las informaciones difundidas por estos medios. Pues la recta elección exige que aquellos favorezcan plenamente todo lo que sobresale en virtud, ciencia y arte; y eviten, en cambio, todo lo que pueda ser causa u ocasión de daño espiritual para ellos (...). Para que puedan con mayor facilidad oponerse a las sugerencias malas y favorecer de lleno las buenas, cuiden de formar y dirigir su conciencia con ayudas adecuadas.

16 - El recto uso de los medios de comunicación social, que están al alcance de usuarios diferentes por la edad y la cultura, requiere una formación y una experiencia adecuada y proporcionada de los mismos. Por ello deben fomentarse, multiplicarse y encuazarse, según los principios de la moral cristiana, las iniciativas aptas para conseguir este fin-sobre todo si se destinan a los jóvenes-en las escuelas católicas de todo grado, en los seminarios (...). Para realizar esto con mayor rapidez, la exposición y explicación de la doctrina y de la disciplina católicas en la materia deben enseñarse en el catecismo.

15 - (...) han de formarse sin demora sacerdotes, religiosos y también laicos que posean la debida pericia en el manejo de estos medios para los fines de apostolado.

18 - (...) debe celebrarse cada año en todas las Diócesis (...) una "Jornada" en la cual se enseñe a los fieles las obligaciones que tienen en esta materia ".

12. S. CONGREGACION DE SEMINARIOS, Normas para los rectores de Seminarios de Italia (10 Junio 1964):

" 1 - La atención concedida por el Concilio Vaticano II a los instrumentos de la comunicación social, que culminó después en el decreto conciliar Inter mirifica, no puede dejar de estimular a cuantos tienen la responsabilidad de formar a los futuros ministros, para encaminarlos a una más adecuada evaluación de dichos instrumentos y a su ilustrada utilización pastoral.

2 - Sepan, por otro lado, que ya desde algunos años, se ha difundido cada vez más el uso de proyectar algunas películas y de consentir la visión de algunas transmisiones televisivas a los alumnos de los Seminarios, especialmente de las clases superiores, con sucesiva discusión, intentando con esto ofrecer a los seminaristas una ayuda que valga para hacerlos apreciar rectamente los audiovisivos en general y para habituarlos, en particular, a la crítica estético-moral de cada representación.

3 - Mientras auspiciamos que (...) se profundice la sensibilidad del clero, especialmente joven, hacia los instrumentos de tan fácil, y a veces decisiva, incidencia social; y mientras aprobamos en general las iniciativas ya en acto en los institutos de formación eclesiástica, no podemos dejar de recordar a los responsables que las mismas deberían ser reguladas según las normas de este Sagrado Dicasterio (...).

4 - A este respecto, nos parece superflua toda palabra que quiera relevar la delicadeza de conciencia y la particular sensibilidad de quien se está preparando para ser un homo Dei (2 Tim 4, 17) ante el mundo, y la consiguiente inconveniencia de que los alumnos del santuario sean admitidos a representaciones cinematográficas o televisivas, aunque sean de alto nivel artístico. Deseamos significar a quien corresponda que los criterios de selección para este especial tipo de espectadores deberán ser mucho más atentos y rigurosos de los adoptados para los simples fieles, si no queremos que el germen del naturalismo ataque, quizá irreparablemente, a cuantos son llamados a ser, por singular privilegio, dispensatores mysteriorum Dei (1 Cor 4, 2) y boni dispensatores gratiae (Pt 4, 10).

5 - (...) 4) Todo espectáculo esté siempre seguido por una oportuna discusión crítica guiada por un sacerdote convenientemente preparado, y de probada espiritualidad.

5) El rector, de acuerdo con el Exc.mo Ordinario del lugar, provea a la específica formación de dicho sacerdote y, más aun, facilitándole en lo posible la participación en cursos de perfeccionamiento (...) y dotando la biblioteca de los profesores de las principales obras de crítica cinematográfica (...).

13. PABLO VI, Discurso al Primer Congreso de la A.C.E.C. (7 Julio 1964) sobre el conocimiento del magisterio eclesiástico:

" 4 - (...) El magisterio eclesiástico ha publicado una serie de documentos (...). Precisamente estos documentos nos aconsejan daros a vosotros (...) una primera recomendación: procurad conocer bien tales documentos, procurad saber bien el pensamiento de la Iglesia sobre cuanto se refiere a vuestra actividad; no os desagrade anteponer a las teorías de los maestros profanos, a las ideas de moda de los artistas, de los críticos, de la opinión pública, las enseñanzas tan meditadas, tan autorizadas, tan humanas del magisterio eclesiástico. Nuestra doctrina, también en este campo, donde los fenómenos están en continua evolución y las opiniones son cada día nuevas y volubles, no es una cadena molesta que frena nuestro paso en el seguimiento de hechos e ideas en rápido movimiento, sino un apoyo seguro para no quedar sumergidos, un criterio de juicio que nos ayuda a comprenderlo todo, a juzgarlo todo y clasificarlo rectamente, es fuente de pensamiento y de experiencia, que habilita a quien la posee a dominar el campo con autoridad, con honor, con capacidad de guía, de comprensión y de ayuda. Es un título de

madurez, podríamos decir: ut iam non simus parvuli *uctuantes et circumferamur omni vento doctrinae (Ef 4, 14) ".

14. CONCILIO VATICANO II, decreto Christus Dominus sobre el oficio pastoral de los Obispos en la Iglesia (26 Oct. 1965: A.A.S. 58 [1966], 673), sobre el uso de los mass media por parte de los Obispos, en el Capítulo II: Los Obispos y las Iglesias particulares:

13 - Esfuércense en aprovechar (...) para anunciar la doctrina cristiana (...) la difusión de la misma en públicas declaraciones (...) por medio de la prensa y de los varios medios de comunicación social, de que es menester usar a todo trance para anunciar el Evangelio de Cristo ".

15. PABLO VI, Carta apostólica Ecclesiae Sanctae para la aplicación de algunos decretos del Concilio Vaticano II (6 Agosto 1966: A.A.S. 58 [1966], 757), a propósito del n. 16 del Christus Dominus y del n. 19 del Presbyterorum ordinis dispone:

" 7 - Cuiden los Obispos, individualmente o en común, que todos los sacerdotes, incluso los dedicados al ministerio, lleven a cabo un curso de pastoral durante un año, inmediatamente después de su ordenación, y asistan, en tiempo prefijado, a otras clases que les brinden la oportunidad para un conocimiento más completo de la pastoral, de la teología, de la moral y de la liturgia (...) ".

16. PABLO VI, Carta encíclica Sacerdotalis caelibatus (24 Junio 1967: A.A.S. 59 [1967], 657). Los textos están tomados de la Segunda Parte de la Encíclica, donde se indican los medios para vivir serenamente la vida de castidad perfecta:

" 60 - (...) La dificultad y los problemas que hacen a algunos penosa, o incluso imposible la observancia del celibato, derivan no raras veces de una formación sacerdotal que, por los profundos cambios de estos últimos tiempos, ya no resulta del todo adecuada para formar una personalidad digna de un hombre de Dios (1 Tim 6, 11).

65 - Una vez comprobada la idoneidad del sujeto (...) se debe procurar el progresivo desarrollo de su personalidad, con la educación (...) intelectual y moral ordenada al control y al dominio personal de los instintos, de los sentimientos y de las pasiones.

70 - Los jóvenes deberán convencerse de que no pueden recorrer su difícil camino sin una ascesis particular, superior a la exigida a todos los otros fieles y propia de los aspirantes al sacerdocio. Una ascesis severa (...), que consista en un meditado y asiduo ejercicio de aquellas virtudes que hacen de un hombre un sacerdote (...) prudencia y justicia, fortaleza y templanza (...) castidad como perseverante conquista, armonizada con todas las otras virtudes naturales y sobrenaturales (...). De esta manera, el aspirante al sacerdocio conseguirá, con el auxilio de la gracia divina, una personalidad equilibrada, fuerte y madura (...).

77 - Justamente celoso de la propia e íntegra donación al Señor, sepa el sacerdote defenderse de aquellas inclinaciones del sentimiento que ponen en juego una afectividad no suficientemente iluminada y guiada por el espíritu, y guárdese bien de buscar

justificaciones espirituales y apostólicas a las que, en realidad, son peligrosas propensiones del corazón ".

17. S. CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA, Carta circularI seminari minori (23 Mayo 1968: Enchiridion Vaticanum, III, P. 161):

" La institución tiene una finalidad bien precisa: favorecer los gérmenes de vocación. De allí surgen la obligación de un régimen en armonía con la edad y las edades, un contacto más estrecho con la realidad de la propia familia, de la parroquia, de las organizaciones juveniles. Para tal fin deben ser usados los medios de comunicación social siguiendo las indicaciones de la prudencia educativa ".

18.S. CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA,Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis (19 Marzo 1985). Además de las dos referencias explícitas a los mass media de los n. 68 Y 69, abundan las indicaciones más o menos relacionadas con los mismos. De los cinco números aquí reportados, el n. 4 pertenece a la Introducción; los nn. 67, 68 Y 69 forman parte del Capítulo X y se refieren a aspectos pastorales y didácticos; el n. 89 del Cap. XIV trata de la formación al juicio crítico:

4 - El ministerio sacerdotal (...) se ejerce hoy en una situación completamente nueva, que se manifiesta en las nuevas necesidades de los hombres y en la naturaleza de la actual cultura civil (...). Han de tenerse presentes constantemente estas facetas de la cultura de nuestro tiempo, ya que es necesario que las tenga en cuenta la vida y la acción del sacerdote y también la capacitación para su misión. Los jóvenes que en la actualidad ingresan en el Seminario comparten esta situación de la sociedad a través de los diversos medios de comunicación social y su espíritu se ve afectado por la problemática referente a la religión y, sobre todo, a la acción y vida del sacerdote.

67 - Enséñeseles también el modo apropiado de dirigirse a los hombres de nuestro tiempo, como el arte de hablar y de escribir (...) absolutamente necesaria para el sacerdote.

68 - Dado que en la cultura de hoy, los hombres se forman y mueven, no tanto por libros y profesores, cuanto, cada día con más amplitud, por los medios audiovisuales, es en sumo grado necesario que los sacerdotes estén capacitados para utilizarlos y utilizarlos bien, sin adoptar una postura pasiva ante ellos, sino estando siempre preparados para enjuiciarlos. Esto no puede conseguirse si en el Seminario no se educan por medio de hombres preparados o de experimentos orientados a este fin y llevados a cabo con prudencia y moderación, acompañados de una formación teórica y práctica, de forma que puedan valerse por sí mismos y formar a los fieles en lo referente a estos medios, y utilizarlos eficazmente en el apostolado.

69 - Iníciase a los alumnos, ya desde los primeros años del Seminario, y más intensamente a medida que avanzan en edad y formación, en las necesidades de la vida social, especialmente en las de su propia nación, para que aprendan a conocer los problemas y controversias sociales, a penetrar su naturaleza, sus relaciones mutuas, sus dificultades y consecuencias a partir de las materias que estudian, del trato con los hombres y las cosas, y

de los acontecimientos de todos los días, y a buscar y sondear con equidad y justicia sus soluciones a la luz de la ley natural y de los preceptos evangélicos.

89 - Los alumnos aprendan a proceder críticamente en el juicio de la cultura de hoy y en la lectura de los autores, reteniendo lo admisible y rechazando lo inadmisibile. A esto puede contribuir muy eficazmente la lectura en común con los profesores de libros y revistas, a la que siga una discusión crítica ".

19. S. CONGREGACION PARA EL CLERO, Directorio catequístico general (11 Abril 1971: A.A.S. 64 [1972], 97):

123 - (...) Es tarea de la catequesis educar a los cristianos a discernir la naturaleza y el valor de lo que es propuesto a través de los mass media. Es evidente que esto presupone un conocimiento técnico del lenguaje de tales medios ".

20. SECRETARIADO PARA LA UNION DE LOS CRISTIANOS, Directorio ecuménico. Parte II:El ecumenismo en la enseñanza superior (16 Abril 1970: Enchiridion Vaticanum, II, 1976, 1044):

" 92-13 - (...) Mientras la formación común o sistemática debe ser impartida por profesores católicos, especialmente en materias de exégesis, teología dogmática y moral, los alumnos católicos pueden frecuentar las escuelas que enseñan las disciplinas prácticas, como las lenguas bíblicas, los medios de comunicación social, la sociología religiosa en cuanto esta nueva ciencia se aplica a la observación de los hechos (...). Establecer todo esto corresponde a los superiores, sentido el parecer de los alumnos, según el reglamento del seminario y las normas dadas por el Ordinario que tiene jurisdicción sobre él ".

21. PABLO VI, Carta apostólica Octogesimo adveniens, al Card. Maurizio Roy, Presidente del Consejo para los Laicos y de la Pontificia Comisión Iustitia et Pax en el 80º aniversario de la encíclica Rerum novarum (1891-1971) (14 Mayo 1971: A.A.S. 63 [1971], 415). Trata de los influjos psico-sociales de losmass media:

" 20 - Entre los principales cambios de nuestro tiempo, no olvidemos la importancia siempre creciente de los instrumentos de la comunicación social y su influjo sobre la transformación de la mentalidad, de los conocimientos, de las organizaciones humanas y de la misma sociedad (...). "Cómo, entonces, no preguntarse sobre los detentores reales de este poder, sobre las finalidades que ellos persiguen y sobre los medios puestos en ejecución; en fin, sobre la repercusión de su acción respecto al ejercicio de las libertades individuales, tanto en el sector político e ideológico, como en la vida social, económica y cultural?".

22. PONTIFICIA COMISION PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, Instrucción Pastoral Communio et Progressio, para la aplicación del decreto conciliar Inter mirifica (23 Mayo 1971: A.A.S. 63 [1971], 593). Trata la formación pastoral en general (n. 64), luego, en particular, de la educación de los receptores (nn. 15, 65-66, 69 Y 107), de la educación de los colaboradores en los mass media (n. 106), de la correspondiente enseñanza en la moral y la catequesis (n. 108), y del aporte del clero y de su formación específica (n. 110 y 111):

64 - Urge, ante todo, una formación que inculque profundamente los principios que han de regir el uso de los medios de comunicación social; principios que a todos afectan (...). Esta formación debe incluir unos principios claros y concretos sobre la peculiar naturaleza de cada uno de los instrumentos de comunicación social, sobre su situación, uso y recta aplicación, teniendo especialmente en cuenta el hombre y la sociedad.

15 - (...) No debe, pues, omitirse esfuerzo alguno para que los "receptores" (esto es: los que se benefician de lo que leen, oyen y ven) se capaciten para interpretar exactamente cuanto les suministran estos instrumentos, y para beneficiarse lo más posible y poder participar activamente en la vida social; sólo así estos instrumentos conseguirán su plena eficacia.

65 - Los usuarios necesitan una instrucción básica, para poder sacar de los medios de comunicación social el mayor provecho posible, no sólo con miras personales, sino para poder ser capaces de participar en el intercambio y diálogo social y en la colaboración de los miembros de la comunidad y poder encontrar los más adecuados caminos para realizar la justicia internacional, logrando la superación de las estridentes diferencias entre los pueblos ricos y los subdesarrollados.

66 - Por lo cual, los usuarios necesitan una formación puesta al día y adaptada, suficiente y accesible. Los más competentes deben ayudar a esta formación continuada por medio de conferencias, círculos, foros, reuniones y cursos de renovación.

69 - Esta formación se ha de desarrollar en las mismas escuelas con un método y sistema determinados, para que según sus distintos niveles, los alumnos lleguen gradualmente al conocimiento y aplicación de los principios, y a la lectura e interpretación de las obras modernas. En los planes de estudio, debe tener un puesto esta enseñanza que será después desarrollada en reuniones y ejercicios prácticos dirigidos por expertos.

67 - Nunca será demasiado pronto para inculcar en los jóvenes el criterio y sentido artístico y la conciencia de la propia responsabilidad moral en la selección de las publicaciones, películas y emisiones de televisión (...).

107 - La Iglesia juzga como urgentemente necesario el proporcionar formación cristiana a los mismos receptores (...). En efecto, los receptores bien formados serán capaces de tomar parte en el diálogo promovido por los medios de comunicación y sabrán a la vez pedirles comunicaciones más dignas y de más elevada calidad. Las escuelas e instituciones católicas tienen que cumplir su importante papel en este campo. En estos centros se ha de intentar no sólo formar buenos lectores, oyentes y espectadores, sino además hombres poseedores de ese "lenguaje total" que usan los medios de comunicación.

106 - Se invita a los Obispos, sacerdotes, religiosos y seglares y a cuantos de cualquier manera representan a la Iglesia, a que colaboren cada vez más en las publicaciones y a que intervengan en las emisiones de radio, televisión, y en el cine. Esta acción, para la cual deben ser invitados y estimulados constantemente, puede dar resultados sorprendentes. Pero la naturaleza misma de los instrumentos de comunicación exige de cuantos los utilizan, escribiendo, hablando o actuando, que estén perfectamente capacitados. Por eso los

organismos nacionales y las instituciones creadas para este fin, han de cuidar que cuantos usen estos medios estén preparados a fondo y oportunamente.

108 - Los temas y cuestiones referentes a la comunicación social han de tener un lugar en la enseñanza teológica, especialmente en la moral y la pastoral, siempre que se aborden cuestiones relacionadas con este tema, y en sus líneas fundamentales; y también, en los libros de catequética. Esto se realizará más adecuadamente, cuando los teólogos mismos hubieren investigado más profunda y detalladamente las cuestiones que se indican en la parte primera de esta Instrucción.

110 - Cada uno según su función, Obispos, sacerdotes, religiosos y religiosas, y también las organizaciones seculares han de colaborar en la formación cristiana en este campo, y con una visión social. Por ello, es necesario estén al corriente e informados de los progresos recientes. Esto impone un contacto directo y cierta familiaridad con los medios de comunicación social. Asimismo, todos ellos, a una con los profesionales, estudiarán los problemas de la comunicación social y cambiarán entre sí experiencias y criterios.

111 - Para que no estén completamente alejados de las realidades de la vida y asuman sin preparación la tarea apostólica, los futuros sacerdotes y los religiosos y religiosas, durante su formación en Seminarios y Colegios, han de estudiar la influencia de estos medios de comunicación sobre la sociedad humana y aprender su uso técnico. Esta preparación es parte de su formación integral; ya que es una condición imprescindible para ejercer un apostolado eficaz en una comunidad humana cada día más afectada por estos medios. Por ello es necesario que los sacerdotes, los religiosos y religiosas conozcan cómo nacen las opiniones y criterios, y así puedan adaptarse a las circunstancias del hombre actual, ya que la Palabra de Dios se proclama al hombre de hoy y estos medios prestan un eficaz* apoyo a esta proclamación. Los alumnos que muestren una especial inclinación y capacidad en el uso de estos medios deben ser preparados más específicamente ".

23. S. CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA: Orientaciones para la Educación en el Celibato Sacerdotal: en ejecución de la encíclica de PABLO VI Sacerdotalis caelibatus (11 Abril 1974: Enchiridion Vaticanum, V, 1979, p. 188). En la parte IV, sobre la Función Educativa del Seminario, el último párrafo, que citamos aquí, trata sobre la Función de los medios de la comunicación social:

" 89 - Los medios de comunicación social tienen un papel importante en la formación del hombre de hoy, y también del sacerdote, y no son extraños al problema de la formación en orden a la castidad perfecta, ya que hoy se emplean al servicio de la sexualidad. El problema, pues, atañe al aspecto personal del sacerdote que, quiéralo o no, usará estos medios y estará sujeto a su influjo; atañe también al aspecto pastoral del sacerdote, que, como pastor, sabe que estos instrumentos contribuyen a informar, formar y madurar en sentido social a sus fieles, y que él debe estar en condiciones de ayudarles, ya sacando provecho de estos nuevos recursos, ya poniéndose en guardia contra lo que pudiera tener de nocivo su influjo (cfr. CONC. VAT. II Decr. Inter mirifica, repetidamente; PONT. COM. PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, Instruc. past. Communio et progressio, repetidamente).

Conviene que los aspirantes al sacerdocio sean iniciados en el uso de los medios de comunicación social, no sólo para la propia formación, sino como verdadera preparación para el apostolado y se les ejercite en el arte de comunicar, de palabra y por escrito, el pensamiento a sus contemporáneos de manera adaptada a la mentalidad moderna.

Se trata evidentemente de un problema de enorme amplitud y gravedad, si se tiene presente el verdadero estado de la prensa actual y la difusión y el impacto de la radio y la televisión. El ambiente exterior e interior de una comunidad seminarística depende estrechamente del uso de estos medios, que influyen ampliamente en la formación o deformación de los aspirantes al sacerdocio.

El problema pedagógico de los medios de comunicación social no puede reducirse solamente a una reglamentación disciplinar sobre el uso de los mismos. Es, sobre todo, un problema de educación positiva, de reflexión sobre el fenómeno social en el que estamos inmersos; problema de preparación y de cultura de maestros capaces de atender bien a este aspecto de la formación. Se trata no sólo de limitar los daños de un instrumento que puede ser peligroso, sino también de formar hombres adaptados a vivir responsablemente en lo concreto de la realidad diaria ".

24. PABLO VI, Mensaje para la VIII Jornada Mundial de los mass media (16 Mayo 1974: L'Osservatore Romano, 17 Mayo 1974) sobre el tema Los mass media y la evangelización del mundo contemporáneo:

" 10 - Nuestra atención es atraída por la búsqueda de una renovación de los métodos de apostolado, aplicando los nuevos instrumentos audiovisuales y de prensa en la catequesis, en la multiforme obra educativa, en la presentación de la vida de la Iglesia, de su liturgia, de sus finalidades, pero, sobre todo, del testimonio de fe y de caridad que la anima y renueva.

11 - Por último, debe considerarse el recurso a los instrumentos de la comunicación social para alcanzar los países, los ambientes, las personas a las cuales el apostolado de la palabra no puede llegar directamente a causa de particulares situaciones, por escasez de ministros, o porque la Iglesia no puede ejercitar libremente su misión ".

25. PABLO VI, Alocución (22 Junio 1974: L'Osservatore Romano, 23 Junio 1974) sobre las tareas propias del sacerdote:

"17 - (...) Como Jesús, como los Apóstoles, los sacerdotes están al servicio total de Dios y del hombre: esta es su destinación. He ahí, entonces, el deber de su formación, que les atañe en un continuo "crescendo". Formación espiritual (...); formación pastoral, buscando y preguntándose, a la luz de los documentos del Vaticano II, cómo servir más eficazmente al mundo en el cual están llamados a vivir y a operar en el nombre de Cristo; formación doctrinal, radicada en la fe y adaptada a los tiempos, que los ayude a comprender mejor el mundo, en un estudio no sólo fenomenológico, sino nutrido por la linfa vital de la Revelación y de la Tradición, para tener un pensamiento robusto y ser así la levadura en la masa y llevar al mundo la luz de Cristo ".

26. PABLO VI, Discurso a la Primera Congregación General del Sínodo de los Obispos 1974 sobre la Evangelización (27 Sept. 1974: A.A.S. 66 [1974], 563):

" (...) Es necesario no olvidar las inmensas posibilidades, un tiempo impensadas, que ofrece el mundo de hoy sobre las sendas de aquellos que, en nombre de Cristo, traen el anuncio del bien (Rom 10, 15). En efecto, "¿quién puede decir cuán vastos horizontes hayan abierto los instrumentos de comunicación social a la difusión universal y simultánea de la Palabra de salvación? (...). De aquí la necesidad de concebir hoy día la actividad de evangelización de manera que se abra a las necesidades de nuestro tiempo, respecto a los métodos, a las iniciativas, a la coordinación y a la formación de los operarios evangélicos ".

27. SINODO DE LOS OBISPOS 1974 sobre la Evangelización, Declaración Sinodal In Spiritu Sancto (25 Octubre 1974: Enchiridion Vaticanum, V, 1979, n. 619):

" 9 - (...) La comunicación del Evangelio (...) está determinada por varios elementos profundamente relacionados con los mismos auditores de la Palabra: sus necesidades y deseos, la manera de hablar, de sentir, de pensar, de juzgar, de entrar en relación con los demás etc. (...). Además, el progreso de los instrumentos de la comunicación social ha abierto nuevas vías a la evangelización, conformes a la manera de pensar y de actuar de los hombres de hoy ".

28. PABLO VI, Discurso de clausura del Sínodo de los Obispos 1974 sobre la Evangelización (26 Octubre 1974: A.A.S. 66 [1974], 635):

" (...) Por último, este Sínodo ha sido fructuoso porque hoy está presente en la Iglesia una conciencia ciertamente viva y una aguda voluntad de obrar, que nos estimula a usar también todos aquellos subsidios exteriores que nos ofrecen hoy día el arte, o los hallazgos tecnológicos, para que con la predicación divulguemos en todas partes la buena nueva ".

29. SECRETARIADO PARA LA UNION DE LOS CRISTIANOS, Orientaciones y Sugerencias para la aplicación de la Declaración Conciliar Nostra aetate (1 DiC. 1974: A.A.S. 67 [1975], 73). Sobre la formación de los educadores:

" La información sobre estas cuestiones debe interesar a todos los niveles de enseñanza y de educación del cristiano. Entre los medios de información, una particular importancia revisten (...) los medios de comunicación social (prensa, radio, cine, televisión). El uso eficaz de tales medios presupone una específica formación de los maestros y de los educadores en las escuelas, como también en los seminarios y en las universidades ".

30. SECRETARIA DE ESTADO, Carta al Presidente de la O.C.I.C., Lucien Labelle (4 Abril 1975):

" (...) el clero y los responsables laicos deben sentirse estimulados a sensibilizar al mundo del cine en los valores verdaderamente humanos y evangélicos, contra las ideologías adversas, y a hacer más eficaces las instituciones eclesiales que coordinan este apostolado ".

31. PABLO VI, Exhortación Apostólica *Evangelii nuntiandi*, sobre la evangelización del mundo moderno (8 Dic. 1975: A.A.S. 68 [1976], 5). Los textos tratan de la adaptación y fidelidad del lenguaje a las condiciones locales, y de la preparación de los evangelizadores:

" 63 - Las Iglesias particulares (...) tienen la función de asimilar lo esencial del mensaje evangélico, de trasvasarlo, sin la menor traición a su verdad esencial, al lenguaje que esos hombres comprenden, y, después, de anunciarlo en ese mismo lenguaje. Dicho trasvase hay que hacerlo (...) en el campo de las expresiones litúrgicas, pero también a través de la catequesis, la formulación teológica, las estructuras eclesiales secundarias, los ministerios. El lenguaje debe entenderse aquí no tanto a nivel semántico o literario cuanto al que podría llamarse antropológico y cultural.

73 - Para los agentes de la evangelización se hace necesaria una seria preparación. Tanto más para quienes se consagran al ministerio de la Palabra. Animados por la convicción, cada vez mayor, de la grandeza y riqueza de la Palabra de Dios, quienes tienen la misión de transmitir deben prestar gran atención a la dignidad, a la precisión y a la adaptación del lenguaje. Todo el mundo sabe que el arte de hablar reviste hoy día una grandísima importancia. "¿Cómo podrían descuidarla los predicadores y los catequistas? Deseamos vivamente que en cada Iglesia particular los Obispos vigilen por la adecuada formación de todos los ministros de la Palabra. Esta preparación, llevada a cabo con seriedad, aumentará en ellos la seguridad indispensable y también el entusiasmo para anunciar hoy día a Cristo".

32. SINODO DE LOS OBISPOS 1977, sobre la Catequesis hoy. XX de las Propositiones, leída en la XV Congregación General, del 21 Octubre 1977, y aprobada en la XVI, del sucesivo 22 Octubre:

" Los instrumentos de comunicación social hodiernos ofrecen a la catequesis una oportunidad de la cual no se puede prescindir (...). Un número enorme de cristianos sufre el influjo de tales instrumentos, sin estar preparados para reaccionar con espíritu crítico. Estos instrumentos, especialmente la radio y la televisión, son los únicos capaces de alcanzar ambientes y personas incluso distantes, emarginados o en cualquier modo impedidos en la libertad religiosa de participar en la vida de la Iglesia.

Grande es también el peso de estos instrumentos en la formación de la opinión pública; la catequesis debe usarlos de manera recta y eficaz, educando a los cristianos a usarlos con sentido crítico a fin de neutralizar los efectos nocivos (...). Se continúe la preparación de personal idóneo, en el respecto religioso y técnico, que se dedique eficazmente a este género de apostolado".

33. PABLO VI, Mensaje para la XII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, sobre el tema Expectativas, derechos y deberes de los receptores (23 Abril 1978: A.A.S. 70 [1978], 341): " (...) si es verdad que el futuro de la familia humana depende en gran medida del uso que sabrá hacer de los propios medios de comunicación, es necesario reservar a la formación de los receptores una consideración prioritaria, tanto en el ámbito del ministerio pastoral, como, en general, en la obra educativa.

La primera educación en este campo debe tener lugar en el interior de la familia (...). Debe continuar, luego, en la escuela. El Concilio Ecuménico Vaticano II hace de ella una obligación específica para escuela católica de todo grado (cfr. Decr. Inter mirifica, n. 16) y para las asociaciones de inspiración cristiana y de carácter educativo, agregando en particular: "Para realizar esto con mayor rapidez, la exposición y explicación de la doctrina y de la disciplina católicas en la materia deben enseñarse en el catecismo⁷ (ibid.). Los maestros no deben olvidar que su actividad pedagógica se desarrolla en un contexto en el cual tantas transmisiones y tantos espectáculos que afectan a la fe y a los principios morales alcanzan diariamente a sus alumnos, que necesitan, por tanto, continuas e claras explicaciones o rectificaciones".

34. JUAN PABLO I, Discurso al clero romano después de su elección (7 Sept. 1978: L'Osservatore Romano, 1 Octubre 1978):

" 4 - La "gran" disciplina exige un clima adecuado. Y en primer lugar, el recogimiento (...). En torno a nosotros hay un continuo movimiento y hablar de personas, de diarios, de radio y televisión. Con medida y disciplina sacerdotal debemos decir: "Más allá de ciertos límites, para mí, que soy sacerdote del Señor, vosotros no existís; yo debo procurarme un poco de silencio para mi alma; me alejo de vosotros para unirme a mi Dios". Y sentir a su sacerdote habitualmente unido a Dios es, hoy día, el deseo de muchos buenos fieles".

35. JUAN PABLO II, Discurso a los dirigentes de la UNDA (25 Octubre 1978: L'Osservatore Romano, 28 Octubre 1978), sobre la radio y la televisión: "(...) instrumento de evangelización debe ser un uso extremadamente competente y profesional de la radio, de la televisión y de los medios audiovisuales (...): esto se alcanza solamente con un profesionalismo que no admite superficialidad ni improvisación".

36. JUAN PABLO II, Constitución Apostólica Sapientia Christiana sobre los estudios en las Universidades y Facultades eclesiásticas (29 Abril 1979: A.A.S. 71 [1979], 469). En la Parte I: Normas comunes, el Título VIII: Cuestiones Didácticas, dice:

" Art. 55. ð 1. La Facultad debe disponer además de medios técnicos, audiovisuales, etc., que sirvan de ayuda para la enseñanza.

ð 2. En correspondencia con la naturaleza y finalidad peculiares de la Universidad o Facultad haya también institutos de investigación y laboratorios científicos, así como otros medios necesarios para conseguir el fin que les es propio.

37. S. CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA, Instrucción In ecclesiasticam futurorum, sobre la formación litúrgica en los Seminarios (3 Junio 1979: Enchiridion Vaticanum, VI, 1980, P. 1044). En la Parte II: La enseñanza de la Sagrada Liturgia en los Seminarios, en el n. 58 dice:

" 58 - Es además particularmente necesario que los alumnos reciban lecciones sobre el arte de hablar y de expresarse con gestos, así como acerca del uso de los instrumentos de comunicación social. En la celebración litúrgica, en efecto, es de la máxima importancia que los fieles comprendan no sólo lo que el sacerdote dice o recita, sea que se trate de la

homilía o del rezo de oraciones y plegarias, sino también aquellas realidades que el sacerdote debe expresar con gestos y acciones. Esta formación reviste tan grande importancia en la liturgia renovada, que merece un cuidado especial ".

38. JUAN PABLO II, Exhortación Apostólica Catechesi tradendae sobre la catequesis en nuestro tiempo (16 Octubre 1979: A.A.S. 71 [1979], 1277):

" 46 - Desde la enseñanza oral de los Apóstoles a las cartas que circulaban entre las Iglesias y hasta los medios más modernos, la catequesis no ha cesado de buscar los métodos y los medios más apropiados a su misión, con la participación activa de las comunidades, bajo impulso de los Pastores. Este esfuerzo debe continuar.

Me vienen espontáneamente al pensamiento las grandes posibilidades que ofrecen los medios de comunicación social y los medios de comunicación de grupos: televisión, radio, prensa, discos, cintas grabadas, todo lo audiovisual. Los esfuerzos realizados en estos campos son de tal alcance que pueden alimentar las más grandes esperanzas. La experiencia demuestra, por ejemplo, la resonancia de una enseñanza radiofónica o televisiva, cuando sabe unir una apreciable expresión estética con una rigurosa fidelidad al Magisterio. La Iglesia tiene hoy muchas ocasiones de tratar tales problemas --incluidas las jornadas de los medios de comunicación social--, sin que sea necesario extenderse aquí sobre ello, no obstante su capital importancia ".

39. S. CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA, Carta Circular sobre algunos aspectos más urgentes de la Formación Espiritual en los Seminarios (6 Enero 1980: Enchiridion Vaticanum, VII, 1982, P. 68). En la Parte II: Orientaciones, el n. 3: La palabra de la cruz: los " sacrificios espirituales ", dice:

" (...) Un sacerdote no puede verlo todo, o*erlo todo, decirlo todo, gustarlo todo ... El Seminario debe haberlo hecho capaz, en la libertad interior, de sacrificio y de una disciplina personal inteligente y sincera ".

40. S. CONGREGACION PARA LOs SACRAMENTOS Y EL CULTO DIVINO, Decreto Ordo lectionum missae sobre las lecturas de la Misa (21 Enero 1981: Enchiridion Vaticanum, VII, 1982, P. 922). En el Capítulo II: La celebración de la Liturgia de la Palabra, de la Parte I: La Palabra de Dios en la Celebración de la Misa, el n. 34 dice:

" (...) Se debe velar para que los lectores dispongan sobre el ambón de una iluminación suficiente para la lectura del texto, y puedan servirse, según la oportunidad, de los modernos instrumentos técnicos para que los fieles los puedan cómodamente escuchar ".

41. Codex iuris canonici, Libreria Editrice Vaticana, 1983. Promulgado por Juan Pablo II el 25 Enero 1983 con la Constitución Apostólica Sacrae disciplinae leges, entrado en vigor el 27 de Nov. del mismo año. De los nueve cánones que tratan de los instrumentos de comunicación social--los 666, 747, 761, 779, 804, 822, 823, 1063 Y 1369--se citan sólo los cinco que de alguna manera se refieren a la formación específica del clero.

El Can. 666, en el Libro II: Del Pueblo de Dios; en la Parte III: De los Institutos de vida consagrada y de las sociedades de vida apostólica; el Cap. IV: De las obligaciones y derechos de los institutos y de sus miembros, dice:

" Debe observarse la necesaria discreción en el uso de los medios de comunicación, y se evitará lo que pueda ser nocivo para la propia vocación o peligroso para la castidad de una persona consagrada ".

El Can. 747, en el Libro III: La función de enseñar de la Iglesia, dice:

§ 1. La Iglesia (...) tiene el deber y el derecho originario, independiente de cualquier poder humano, de predicar el Evangelio a todas las gentes, utilizando incluso sus propios medios de comunicación social.

§ 2. Compete siempre y en todo lugar a la Iglesia proclamar los principios morales, incluso los referentes la orden social, así como dar su juicio sobre cualesquiera asuntos humanos, en la medida en que lo exijan los derechos fundamentales de la persona humana o la salvación de las almas ".

El Can. 761, siempre en el Libro III: La función de enseñar de la Iglesia, pero en el Título I: Del ministerio de la palabra divina, dispone: " Deben emplearse todos los medios disponibles para anunciar la doctrina cristiana, sobre todo la predicación y la catequesis (...), pero también la enseñanza de la doctrina en escuelas, academias, conferencias y reuniones de todo tipo, así como su difusión mediante declaraciones públicas, hechas por la autoridad legítima con motivo de determinados acontecimientos, y mediante la prensa y otros medios de comunicación social ".

El Can. 779, en el mismo Libro III y Título I, pero en el Capítulo II: De la formación catequética, dispone:

" Se ha de dar la formación catequética empleando todos aquellos medios, material didáctico e instrumentos de comunicación que sean más eficaces para que los fieles, de manera adaptada a su modo de ser, capacidad, edad y condiciones de vida puedan aprender la doctrina católica de modo más completo y llevarla mejor a la práctica ".

El Can. 822, siempre en el Libro III, pero en el Título IV: De los instrumentos de comunicación social y especialmente de los libros, sobre el uso eclesial de los mass media, dispone:

§ 1. Los pastores de la Iglesia, en uso de un derecho propio de la Iglesia y en cumplimiento de su deber, procuren utilizar los medios de comunicación social.

§ 2. Cuiden los mismos pastores de que se instruya a los fieles acerca del deber que tienen de cooperar para que el uso de los instrumentos de comunicación social esté vivificado por espíritu humano y cristiano.

ñ 3. Todos los fieles, especialmente aquellos que de alguna manera participan en la organización o uso de esos medios, han de mostrarse solícitos en prestar apoyo a la actividad pastoral, de manera que la Iglesia lleve a cabo eficazmente su misión, también mediante esos medios ".

42. JUAN PABLO II, Mensaje para la XIX Jornada Mundial (19 Mayo 1985), sobre el tema: " Los mass media para una promoción cristiana de la juventud ": 15 Abril 1985 (L'Osservatore Romano, 27 Abril 1985, p. 5). Los dos pasos reportados contienen una de las primeras alusiones del Magisterio a la tecnotrónica y un enésimo reclamo a la formación seminarística teórica y práctica:

" El mundo de la comunicación social se encuentra hoy sometido a un desarrollo tan vertiginoso cuanto complejo e imprevisible--se habla ya de época tecnotrónica, para indicar la creciente interacción entre tecnología y electrónica--y afectado por no pocos problemas (...), en relación con las perspectivas abiertas mediante el empleo de los satélites y la superación de las barreras del éter. Se trata de una revolución que no sólo comporta un cambio en los sistemas y las técnicas de comunicación, sino que afecta a todo el universo cultural, social y espiritual de la persona humana (...).

" (...) Esto pide evidentemente: 1. Una profunda acción educativa, en la familia, en la escuela, en la parroquia, a través de la catequesis, para instruir y guiar a los jóvenes a un uso equilibrado y disciplinado de los mass media, ayudándolos a formarse un juicio crítico, iluminado por la fe, sobre las cosas vistas, oídas y leídas (cfr. Inter mirifica, nn. 10, 16; Communio et progressio, nn. 67-70, 107); 2. Una cuidada y específica formación teórica y práctica en los seminarios [...] no sólo para conseguir un conocimiento adecuado de los medios de comunicación social, sino también para realizar las indudables potencialidades en orden a reforzar el diálogo en la caridad y los vínculos de comunión (Communio et progressio, nn. 108, 110, 115-117)".

APENDICE II INDICE DE TEMAS

Premisa - La aparente complejidad de este Índice de temas no debe impresionar. Ella no hace más que reflejar la interdisciplinaridad que caracteriza la ciencia y el estudio de la comunicación humana y, en particular, la ciencia y el estudio de la hodierna comunicación massmedial, en su complejo y respecto de cada uno de sus instrumentos, especialmente si el estudio se realiza a un tiempo con intenciones humanoculturales y cristiano-morales. En efecto, se puede decir que coniuyen en él, más o menos directamente todas las ciencias del hombre: desde la semiología, la lingüística, la filosofía, la psicología, la sociología, la antropología social y cultural... a la pedagogía, la didáctica, la tecnología, la economía, el derecho, las artes: figurativas y musicales, narrativa y dramática...; no menos que--sobre todo para los que se dedican al apostolado--la teología, la moral y la pastoral.

Obviamente, un estudio exhaustivo de todos y cada uno de los mass media y de todas y cada una de estas disciplinas no es pensable. No sin razón los massmediólogos se limitan, en general, a profundizar uno u otro mass medium o disciplina, conforme a los propios

intereses y posibilidades culturales o profesionales. Lo mismo hacen las publicaciones sobre este tema que, de hecho, abundan más que nada en ensayos e investigaciones sectoriales. Sin embargo, la finalidad específica de estas Orientaciones--que es la formación, al mismo tiempo humano-cultural y cristiano-moral de los futuros sacerdotes para el recto uso, primero, personal y luego, pastoral, de todos los instrumentos de la comunicación social--comporta necesariamente una adecuada impostación interdisciplinar, ya en la formación de base de los receptores (cfr. Orientaciones, n. 16); pero también, y sobre todo, en la de segundo nivel, a saber, el nivel pastoral. Una y otra formación intentan mediar entre otras dos propiamente sectoriales como son, por una parte, la teórica y práctica destinada a preparar los cuadros operativos de cada uno de los mass media: periodistas, cineastas, operadores, radiotelevisivos, críticos, etc.; y, de otra parte, la de erudición académica, destinada a proveer tratadistas y docentes de cada una de las disciplinas.

En la práctica, en la formación integral del primer nivel, o "de base", de este Índice de Temas convendrá tener presente al menos los nn. 1-6: sobre la comunicación humana en general; los nn. 9-11: sobre sus hodiernos instrumentos; el n. 12: sobre su actual evolución telemática; los nn. 13-16: sobre sus funciones; el n. 19: sobre el Magisterio eclesial acerca del tema; y el n. 32: sobre el uso de la comunicación massmedial por parte de los estados consagrados. Se trata de exponerlos y explicarlos suficientemente, en unas veinte lecciones, a los comienzos de la vida seminarística, para luego ponerlos al día y aplicarlos en ejercitaciones prácticas sobre cada uno de los media (cfr. Orientaciones, nn. 15 y 18b), adecuadas a los niveles de estudio durante toda la permanencia en el Seminario.

En cambio, en la formación del segundo nivel, pastoral, es necesario que todos los temas sean retomados y tratados exhaustivamente por los respectivos especialistas (cfr. Orientaciones, n. 23): o en un conveniente número de lecciones y de ejercitaciones distribuidas, según la afinidad de las materias, en los curriculum filosófico y teológico (cfr. Orientaciones, n. 26), o bien, estructuradas en un curriculum propio, en el cual el alumno pueda eventualmente profundizar y elaborar un tema particular en una tesis final, a nivel de "especialización", que, además, lo habilite a la enseñanza específica en los primeros dos niveles (cfr. Orientaciones, nn. 9 y 27).

I - LA COMUNICACION HUMANA

1. La comunicación intencional: nociones y terminologías. Semiótica. Signos/códigos. Codificar/decodificar. Denotación/connotación.
2. Idoneidad comparada de comunicación de signos/códigos. Respeto a los contenidos expresados/comunicados, a las audiencias, al tipo de eficacia, a los feed back.
3. Evolución en el tiempo. En la antigüedad: la comunicación tradicional. Desde la comunicación gestual a la verbal-hablada, a la verbalescrita-ideográfica, a la escrita-alfabética, a la escrita-tipográfica.
4. Evolución en el tiempo. En la época actual: la comunicación instrumental. Desde el diario, al cine, a la radio, a la televisión y a la actual comunicación global tecnocrónica.

Hacia la informática y la telemática. Interacción entre desarrollo tecnológico, fuentes energéticas y socio-cultural.

5. Investigaciones y estudios sobre los instrumentos de la comunicación social. Origen y desarrollo. Teorías y propuestas. Apreciación de conjunto sobre los resultados alcanzados. Relieves sobre terminologías corrientes: mass media, mass communications, audiovisuels, techniques de diffusion ..., y la terminología conciliar: " instrumentos de la comunicación social ".

6. Algunos " lugares " clásicos: H. D. Lasswell y su fórmulaesquema; C. E. Shannon - W. Weaver y la Teoría de la información; H. D. Lasswell, B. Berelson, A. A. Moles, E. Morin ... y el Content Analysis; E. Katz - P. Lazarsfeld, R. K. Merton y el Two Step Flow of Communication; J. K. Klapper y la exposición-percepción-memorización selectiva; " El medio y el mensaje " y la " Aldea cósmica " de H. Innis y M McLuhan; el " Choc del futuro " de A. Toffler ...

7. Los fenómenos psico-sociales relacionados con los mass media. Socialización. Movilidad social. Reducción de la privacy. Aculturación global-informal. Sociedad opinional-pluralística.

8. Frentes pro/contra los efectos culturales y morales de los instrumentos de la comunicación social. Elites/masas y culturas " diversas ". La Escuela de Frankfurt: T. W. Adorno, M. Horkheimer, H. Marcuse ... y los " otros ": posible acuerdo.

9. Los mass media en particular: LA PRENSA. Desarrollo técnico: desde Gutenberg a la composición/prensa foto-electrónica. Los géneros. Información/actualidad y " la noticia ". La organización periodística: nacional y mundial. Cómo se " lee " el diario.

10. Los mass media en particular: EL CINE. Evolución técnica. Cine " lenguaje " (" específico filmico ") y cine-vehículo. El cine espectáculo entre arte e ideología. Elementos de la comunicación filmica. Teorías sobre la sugestión icónica. Génesis del film. Estructuras económico-industriales en la propia nación y en el mundo. Cómo " leer " el film. La crítica del film: parcial y total.

11. Los mass media en particular: LA RADIO-TELEVISION. Nociones técnicas: evolución y standard. En directa y en diferida. Relaciones con la prensa-información y con el cine-espectáculo. Goce crítico de la radio y de la televisión.

12. El futuro ha comenzado. Cibernética, electrónica, informática y telemática. Del transistor a la miniaturización y al laser. Discos y audio- y video-cassette. Computers, memorias, bancos-datos y satélites. Hacia la comunicación instantánea-ubicuitaria.

13. Las funciones: LA DIVERSION. Tendencia oligopolística de los instrumentos de la comunicación social. Participación directa (sport, turismo) y experiencias vicarias. Evasión pasivo-dispersiva y " recreación " estético-cultural. Del tiempo ocupado al tiempo libre y al tiempo liberante.

14. Las funciones: LA INFORMACION Nociones y términos. Coeficientes de la " noticia ". Fuentes y vehículos. Las agencias: en la nación e internacionales. Desarrollo histórico: de la enseñanza-cultura a la actualidad; del hecho al derecho. Situación actual y su función social. El nuevo " Orden mundial de la Información "; los dos Informes: S. Nora - A. Minc y S. Mac Bride.

15. Las funciones: LA PROPAGANDA y LA PUBLICIDAD. Conceptos y términos: autónoma o por inserción, explícita o redaccional, directa o indirecta (y subliminal). El manifiesto. Los modernos mecanismos suavisos: de impírica a sistemático-motivacional (Pavlov, Freud...). Desarrollo en el tiempo: de ocasional a permanente. El marketing. Propaganda ideológica y mass media en los " regímenes = recientes. El slogan. Condicionamiento entre publicidad e instrumentos de la comunicación social hoy.

16. Las funciones: LA OPINION PUBLICA. Nociones: " opiniones " y verdad/certeza; " público " y no-público. Terminologías y acepciones no coherentes, y análisis factual (elementos y factores) del fenómeno. Desarrollo en el tiempo y actual espacio psico-social. Elementos de doxometría. Sondeo cuantitativo o motivacional; indirecta o directa; por sondeo o por muestra. Relevación, escrutinio y elaboración de los datos. Condiciones de atendibilidad.

II - MEDIOS E INSTRUMENTOS DE COMUNICACION E IGLESIA

17. El hecho religioso como comunicación. En la antropología cultural. En la Revelación vetero-testamentaria: de la transmisión oral a la escriturística: tensiones socio-religiosas perdurantes en el tiempo de Jesús. En la Iglesia del pasado: de la transmisión manuscrita a la impresa. Problemas socio-culturales y político-religiosos sucesivos a la prensa de Gutenberg. Comunicación e Iglesia en la época de los instrumentos de la comunicación social.

18. Praxis y disciplina pasada de la Iglesia: respecto a los medios de expresión/comunicación tradicional. Las artes figurativas. El teatro. El manuscrito y los orígenes de la disciplina de censura: represiva y preventiva. La edición: imprimatur y régimen de privilegios. El Índice. Respecto a los instrumentos de la comunicación social: el diario, prevenciones y retardos: " prensa perversa " y " prensa buena " y no " información ". El cine: de la desconfianza a la acogida. La radio-televisión: de los contenidos a los instrumentos. Respecto a la sociedad informatizada (bancos datos).

19. Mass media y Magisterio. Características y valores. Los documentos principales: Vigilanti cura de Pío XI; los Discursos sobre el film ideal y la Miranda prorsus de Pío XII, y, sobre todo, el Inter mirifica del Concilio, la Communio et progressio, y el Código de Derecho Canónico del post-Concilio.

20. Hacia una teología de los instrumentos de la comunicación social. "Útil o necesaria? Requisitos para una teología específica. Propuestas avanzadas. Elementos en el Magisterio: de la Miranda prorsus a las " tesis " y a los modelos de la Communio et progressio.

III - PASTORAL DE LOS MASS MEDIA EN GENERAL

21. Deberes-derechos originarios de la Iglesia: de uso y de docencia. Naturaleza, ámbitos y sujetos. Condiciones técnico-jurídicas, situaciones de hecho y ejercicio efectivo. Los oportunos " subsidios pobres ".

22. Condiciones de eficacia. Globalidad de acción. Competencias y unión de cuadros: clero, religiosos y laicos. Actualización de datos y medios económicos. Opciones preferenciales: positivas más que negativas; formación humano-cristiana: de los receptores, de los promotores, de los mismos operadores pastorales.

23. Instituciones eclesiásticas y eclesiales. En general: ámbitos y prestaciones; estructuras y finalidades; condiciones de eficiencia. En particular: en la Curia Romana: la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales. A nivel internacional: para la prensa, la UCIP (Union Catholique Internationale de la Presse); para el cine, la OCIC (Organisation Catholique Internationale di Cinéma); para la radio-televisión, la UNDA. A nivel nacional e (inter) diocesano: las respectivas Oficinas.

24. Mass media y predicación. Dicción y gestualidad. Objeciones sobre la eficacia de la palabra viva y medios técnicos. Respuestas del Magisterio: en la Inter mirifica, en la Communio et progressio en el Directorium pastorale de los Obispos, en el Directorium catechisticum generale, en el nuevo Código de Derecho Canónico. " Predicación " y no propaganda-publicidad, " mensaje " y no protagonismo.

25. Subsidios pastorales colindantes con los mass media. Teatro, artes figurativas, edición y gráfica, cantos y sonido, discos y cassette, group-media multimedia y minimedia...

26. Mass media, liturgia y sacramentos. Interferencias entre técnica, " presencia " y participación. Normativa vigente, especialmente sobre la Santa Misa. Casos abiertos: radio-televisión y sacramento del matrimonio, sacramento de la penitencia, " participación " al Sacrificio eucarístico. Posibles normativas futuras.

27. La información (se suponen las nociones del n. 14). Afirmación del derecho en las Cartas internacionales y europeas; en los documentos del Magisterio más reciente. Razones, sujetos, extensión y límites del derecho; deberes correspondientes: en los promotores y en los receptores de los instrumentos de la comunicación social. Objetividad-verdad e integridad en la información " honesta ". Deontología profesional de los informadores a diversos niveles. Deber y praxis de informarse en los sujetos del derecho. En la telemática: derecho-deber de la privacy y bancos-datos.

28. La propaganda-publicidad (se suponen las nociones del n. 15). Problemática moral y pastoral de la propaganda (ideológica): monopolios y oligopolios de los mass media y contra-whisper propaganda. Para la publicidad: cuestiones abiertas de deontología profesional acerca de: sus contenidos, los medios suasivos, el privilegiar algunos instrumentos a daño de la sobrevivencia de otros. Los receptores: contra la masificación y el consumismo.

29. La opinión pública (se suponen las nociones del n. 16). Relevancia socio-moral-religiosa del fenómeno, y consiguientes deberes-responsabilidad personales, de los formadores, animadores y portadores de " opiniones públicas ". Los opinion leaders. Las public relations. Individuación y movilización de los medios lícitos y razonables, o solamente " eficaces ".

30. Una cuestión teológico-pastoral relacionada con los mass media: la información en la Iglesia. Disciplina del secreto, o " Ciudad sobre el monte "? Excursus histórico, y razones para una actual información como norma. Derechos, deberes y condiciones de validez en el Magisterio post-Conciliar. En la praxis eclesial: las oficinas y los vehículos de información: medios y personal.

31. Otras cuestiones de actualidad relacionadas con los mass media: la llamada " opinión pública " en la Iglesia. Espacio opinable en la Iglesia, incluso teológico. Divergencia entre libre diálogo opinable y " opinión pública " en el Magisterio. Razones, sujetos, condiciones y " lugares " para el primero. Los factores dirimientes para la segunda: los sujetos, el objeto, la dinámica de formación, la dinámica de choque. " Opinión pública " y eficacia actual del Magisterio.

32. Mass media y estados consagrados. Evolución socio-disciplinar: desde " fuera del mundo " a " en el mundo pero no del mundo ". Presunción de peligro y promoción humano-pastoral. Prohibiciones externas y disciplina personal. Opciones cuantitativas y cualitativas, comunitarias y personales. Rectificaciones y compensaciones.

33. Adaptación pastoral general: didáctica. En la cultura técnicoicónica de masa: alterado ideal humanístico, variados los centros de interés de los receptores: cambian los modos de expresión-comunicación, y los procedimientos lógicos: de la deducción a la inducción. Cómo alcanzar aún a las necesarias certezas de razón y de fe.

34. Adaptación pastoral general: pedagógica. En la crisis de la autoridad: de las normas impuestas a la persuasión dialogada. En un ambiente que ya no protege: de las defensas externas a las defensas internas adquiridas. En socialización avanzada: moral y espiritualidad de individualísticas a comunitarias.

IV - PASTORAL DE CADA MASS MEDIUM EN PARTICULAR

35. La prensa (además de lo dicho en el n. 9). Prensa " honesta ". Periodistas e interferencia del Estado: tutelas, prevenciones, represiones e interferencia de la propiedad: co-dirección o cogestión, y libertad de opinión-expresión; interferencia de la publicidad. Responsabilidad social de los receptores. Prensa " católica " : acepción actual del término y finalidades propias. " Oficial " de la jerarquía, o de opinión? " De información, o de predicación? Problemas de los operadores, deberes de los lectores. Prensa-forum.

36. El cine (además de lo dicho en el n. 10). Moral y pastoral de los hechos cinematográficos: " operar en la producción-distribuciónejercicio? Film edificante y film religioso. Cine católico. Moral de hechos filmicos: acciones humanas obradas, y acciones representadas; detalles sugestivos y tensos del film. Moral del espectador: Selección de los

film y normatividad de las " Cualificaciones cinematográficas ". Crítica e cultura cinematográfica. Cineforum.

37. La radio-televisión (además de lo dicho en el n. 11). Actual sociedad pluralista, relativos programas y exposiciones selectivas. Comportamiento de los educadores. Responsabilidad (feed back) de los receptores. Promotores honestos y " católicos " en las transmisiones laicas: conciencia y competencia. Consejeros eclesiásticos. Programas " católicos ": posibilidades y límites. Radio-teleforum.

NOTAS

- 1 Cfr. PIO XII, Miranda prorsus, nn. 24-25.
- 2 Cfr. CONCILIO VATICANO II, Dei verbum, nn. 4 Y 7.
- 3 Cfr. CONCILIO VATICANO II, Inter mirifica, n. 1.
- 4 PIO XII, Miranda prorsus, n. 1.
- 5 PIO XI, Vigilanti cura, n. 1.
- 6 CONCILIO VATICANO II, Inter mirifica, n. 2.
- 7 Instrucción pastoral Communio et progressio, n. 11.
- 8 Ibid., n. 8.
- 9 Cfr. Ia selección de textos del Magisterio en el Apéndice I.
- 10 Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis, n. 68, cfr. Apéndice I, n. 18.
- 11 Instrucción pastoral Communio et progressio, n. 111, cfr. ibid., n. 22.
- 12 Cfr. CONCILIO VATICANO II, Optatam totius, n. 1. Conforme a la cit. Communio et progressio: "Esta Instrucción Pastoral se limita a dar algunas orientaciones generales dado que la diversidad de circunstancias en este campo de la comunicación social no permite entrar en pormenores(...) Es evidente que la práctica, la aplicación concreta de los principios de las fórmulas pastorales han de acomodarse a las circunstancias y condiciones de cada lugar y momento, según la situación de la técnica, de la sociedad y de la civilización, de acuerdo con el carácter cambiante propio de los medios de comunicación y teniendo en cuenta los futuros cambios que irán produciéndose en el campo de la comunicación social"(n.183).
- 13 El segundo Esquema de Constitución conciliar sobre los instrumentos de la comunicación social, discutido en el Aula conciliar en el I Período (1962), contenía la siguiente Declaratio: "Necessarium visum est Secretariatus sodalibus peritorum in hac re virorum sententiae obsecundare atque ad designanda nova haec inventa nomen proponere Instrumenta Communicationis Socialis, in posterum etiam in iurisprudencia ecclesiastica et in pastoralibus documentis utendum. Quod nomen, in primis annuit instrumentorum originem cum technicis artibus conexam; deinde actionem instrumentalem qua contentum spirituale, ab auctore humano compositum, aliis communicatur; deinde vim quam celeriter in totam societatem exercet" (Acta Synodalia S.ti Concilii Oecumenici Vaticani II, Vol. V Periodus Prima Pars III, p. 375).
- 14 Sobre nueve de los Cánones que tratan de este tema (cfr. Apéndice I, n. 41), en siete, recurre el término exacto "instrumenta communicationis socialis", n. 761, 779, 804, 823, 1063 y 1369, y solamente en los Can. 666 y 747 recurre el término menos exacto "media".
- 15 El término socialización es entendido por los redactores del cit. segundo Esquema en la misma acepción usada por Juan XXIII en la Mater et Magistra, n. 58: "Uno de los

aspectos típicos de nuestra época es la socialización (...): el progresivo multiplicarse de las relaciones de convivencia, con varias formas de vida y de actividad asociada, e institucionalización jurídica, privada y pública"; luego más o menos utilizada por la *Gaudium et spes*, nn. 6, 25, 42 y 75. Así los instrumentos de la comunicación social fueron considerados, por un lado, factores primarios de esta socialización y, por otro, comunicación típica de complejos humanos ya fuertemente socializados.

16 Una vez precisada la más exacta terminología conciliar, nada impide usar por brevedad en el lenguaje corriente el término más común *mass media* (y *massmediología*). Así sucede, por lo demás, en no pocos documentos del Magisterio, y en este mismo Documento.

17 *Inter mirifica*, n. 16, Cfr. Apéndice I, n. 11.

18 *Communio et progressio*, nn. 106 Y 111, *ibid.*, n. 22.

19 Teniendo presente que a estos instrumentos exclusivamente se refiere lo que el Decreto conciliar declara, enseña y propone. Por ejemplo: el uso "de los instrumentos de la comunicación social en las múltiples formas de apostolado" en el campo "de la predicación" (n. 13), y sobre la celebración de la Jornada mundial anual "para hacer más eficaz* el apostolado de la Iglesia en materia de instrumentos de la comunicación social" (n. 18); y que exclusivamente a estos instrumentos y sus problemas se extienden las competencias propias de las instituciones eclesíásticas o católicas, de las cuales el mismo Decreto en los nn. 21 y 22 resalta y dispone la institución y las funciones.

20 *Inter mirifica*, n. 9. A propósito cfr. Apéndice I, n. 7:59ss; n. 9:703; n. 11:3, 9, 16; n. 19; n.

21 *Communio et progressio*, n. 67, cfr. *ibid.*, n. 22.

22 "Recuerden los padres que es deber suyo vigilar cuidadosamente para que los espectáculos, las lecturas y otras cosas parecidas que sean contrarias a la fe o a las costumbres no penetren en el hogar, y para que sus hijos no acudan a ellos en otra parte" (*Inter mirifica*, n. 10). "Los padres y formadores exhortarán y guiarán a los niños para que ellos mismos escojan entre las diversas formas de comunicación que se les ofrecen, reservándose convenientemente la última palabra en esta elección" (*Communio et progressio*, n. 67). "Es muy útil que los padres y educadores sigan las emisiones, películas, publicaciones que más atraen a los jóvenes, y de las cuales, después podrán discutir con ellos y despertar y educar su sentido crítico. Siempre que se presenten obras de arte ambiguas o desorientadoras, los padres, oportunamente, deben ayudar a sus hijos guiándoles para que descubran en ellas la bondad humana, considerándolas en todo su conjunto y analizando sus diversos aspectos" (*ibid.*, n. 68).

23 "Es tarea de la catequesis educar a los cristianos a discernir la naturaleza y el valor de lo que les es ofrecido por los *mass media*" (*Directorium Catechisticum Generale*, 11 abril 1971: AA.S., 64 [1972], p. 97). Cfr. también *Inter mirifica*, n. 16; *Communio et progressio*, nn. 108, 130-131.

24 Cfr. Apéndice I, n. 11:16; n. 22:69, 117; n. 33.

25 Cfr. *Ratio fundamentalis*, n. 89, e *Communio et progressio*, n. 66 (en Apéndice I, n. 18 y n. 22:66).

26 "Esta formación debe incluir unos principios claros y concretos sobre la peculiar naturaleza de cada uno de los instrumentos de comunicación social, sobre su situación, uso y recta aplicación, teniendo especialmente en cuenta al hombre y a la sociedad" (*Communio et progressio*, n. 64).

27 "Estos medios son capaces de enriquecer notablemente la cultura de hoy (...) y permiten también atender y servir a los distintos grupos y niveles de cultura ya que con eficacia y amenidad presentan obras de todos los géneros artísticos. El público puede así usar fácilmente estos medios para cultivar su mente y perfeccionar su espíritu, con tal que añada su propia reflexión, e intercambie su pensamiento y sus puntos de vista con los demás"(communio et Progressio, n.50). "Los medios de comunicación son un capítulo nuevo de la cultura actual(...). Pueden enriquecer la cultura y también despojarla de su belleza y dignidad, porque con frecuencia se acomodan a la capacidad y comprensión del nivel cultural más bajo de oyentes y lectores. Y como se dedica a estos medios de comunicación tanto espacio, puede el hombre perder el tiempo en un ejercicio mediocre de su entendimiento y despreciar las cosas más elevadas y útiles. Una continuada contemplación de obras un tanto superficiales, casi fatalmente hará que se deteriore la delicadeza y profundidad de juicio de quienes habían ya conseguido una cultura superior"(ibid.n.53).

28 "Para que los destinatarios de la información cumplan la ley moral, no olviden el deber que tienen de cerciorarse a tiempo sobre los juicios que de la autoridad competente en estas materias y de seguirlos según las normas de la conciencia recta"(Inter Mirifica, n.9). "Los juicios y críticas de transmisiones radiofónicas o de televisión, de cine o información gráfica, pueden ser muy útiles a la formación humana y cristiana a la vez que orientan el uso conveniente de estos medios sobre todo dentro de la familia. Por ello, han de estimarse en mucho las críticas verdaderamente autorizadas, que en algunos sitios, por encargo de los Obispos, emiten organismos especializados, sobre la importancia, utilidad, honestidad y sentido cristiano de películas, emisiones y publicaciones"Communio et Progressio, n. 112).

29 Juan Pablo II, Discurso a las religiosas, L'Osservatore Romano, 12 Nov. 1978.

30 Teniendo presente en particular las normas impartidas por Pablo VI en la *Sacerdotalis caelibatus*, y las recomendaciones dadas después por esta Congregación en ejecución de la misma; cfr. Apéndice I, nn. 4, 16, 23; y en general, para un uso prudente personal, n. 7:154; n. 8; n. 12:4, n. 17, n. 39; n. 41: can. 666.

31 "Corresponde a los Superiores formar a los jóvenes para una verdadera y madura obediencia, configurándose a Cristo, que exigió obediencia a los suyos, pero después de haberse mostrado él como ejemplo de esa misma virtud y de haberse hecho, por su gracia, principio de obediencia en nosotros" (*Ratio fundamentalis*, n. 49). "Aprendan a fomentar (...) el espíritu de pobreza tan insistentemente exigido hoy por la Iglesia y necesario para desempeñar la misión pastoral (...). Aunque no estén obligados, a diferencia de los religiosos, a renunciar plenamente a los bienes materiales, esfuércense, sin embargo, como hombres espirituales, en conseguir la verdadera libertad y docilidad de los hijos de Dios y en llegar a aquel dominio espiritual; que se necesita para hallar la recta actitud en relación con el mundo y los bienes terrestres. Más aún, siguiendo el ejemplo de Cristo (...) sean capaces de dar testimonio de pobreza con una vida sencilla y austera, estando ya acostumbrados a privarse generosamente de las cosas super'duas" (ibid., n. 50).

32 Cfr. Apéndice I, n. 7:154; n. 11:15; n. 18:68; n. 22:106ss; n. 35.

33 CONCILIO VATICANO II, *Ad gentes divinitus*, nn. 16, 19, 22; *Gaudium et spes*, nn. 44, 58, 62; *Unitatis redintegratio*, nn. 4, 17; *Orientalium Ecclesiarum*, nn. 4, 5, 6; PIO XII, Enc. *Evangelii praecones*, 2 Jun. 1951: A.A.S., 43 (1951), pp. 521 ss.; JUAN XXIII, Enc. *Princeps Pastorum*, 28 Nov. 1959: A.A.S. 51 (1959), pp. 843 ss; PABLO VI, *Homilia Hi amicti sunt*, con ocasión de la canonización de los Mártires Ugandeses, 18 Oct. 1964:

Insegnamenti II, pp. 588-589; Motu pr. Ecclesiae Sanctae, 6 Agosto 1966: A.A.S., 58 (1966), p. 786, III, n. 2; Disc. Greetings to you a los Obispos del Asia, 28 Nov. 1970: Insegnamenti VIII, pp. 1215ss; JUAN PABLO II, Const. Apost. Sapientia christiana, 15 Abril 1979: A.A.S., 71 (1979), pp. 472ss, 492 (Proem. y Art. 68); Disc. Quelle joie a los Obispos de Zaire reunidos en Kinshasa, 3 Mayo 1980: Insegnamenti III, 1, pp. 1084 ss; Disc. I am overjoyed a los Obispos de Nigeria, 5 Feb. 1982: Insegnamenti V, 1, pp. 463ss.

34 "Esta preparación es parte de su formación integral, ya que es una condición imprescindible para ejercer un apostolado eficaz en una comunidad humana cada día más afectada por estos medios " (Communio et progressio, n. 111, que hace referencia a la Ratio fundamentalis, Intr. par. 4 y n. 68). "Hoy el hombre está rodeado y como sumergido en la abundancia de comunicaciones sociales que constantemente forman su opinión y sus costumbres, tanto en el aspecto religioso como en los demás campos" (ibid., n. 127). Ya el 16 Jun. 1957 la Congregación del Concilio relevaba la necesidad, "au sein d'un monde qui se renouvelle, et dont les techniques modernes ont bouleverser la face (...) d'adapter les méthodes (de l'enseignement religieux) aux conditions psychologiques de l'homme d'aujourd'hui). Pablo VI, después en el Mensaje para la VIII Jornada Mundial, del 16 Mayo 1974 (L'Osservatore Romano, 16 Mayo 1974), trataba de una "búsqueda de renovación en los métodos de apostolado"; y en la Alocución del 22 Jun. 1974 (L'Osservatore Romano, 23 Jun. 1974) recordaba el deber de una "formación pastoral: buscando y preguntándose (...) cómo servir más eficazmente el mundo en el cual estamos llamados a vivir y a operar en nombre de Cristo; y de una formación doctrinal (...) adaptada a los tiempos, que los ayude a comprender mejor el mundo".

35 "El mundo de la comunicación social se encuentra hoy sometido a un desarrollo tan vertiginoso cuanto complejo e imprevisible--se habla ya de época tecnocrónica para indicar la creciente interacción entre tecnología y electrónica--y afectado por no pocos problemas, conexos con la elaboración de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación, en relación con las perspectivas abiertas mediante el empleo de los satélites y la superación de las barreras del éter. Se trata de una revolución que, no sólo comporta un cambio en los sistemas y las técnicas de comunicación, sino que afecta a todo el universo cultural, social y espiritual de la persona humana. (...) E] periódico, el libro, el disco, el filme, la radio, sobre todo, la televisión y, ahora, el videoregistrador, hasta llegar a la cada día más sofisticada computadora, representan hoy en día una fuente importante, si no la única, a través de la cual el joven entra en contacto con la realidad externa y vive la propia cotidianidad" (JUAN PABLO II Mensaje para la XIX Jornada Mundial, 15 Abril 1985, L'Osservatore Romano en lengua española, 5 Mayo 1985). Sobre el necesario aggiornamento específico del clero cfr. también Apéndice I, n. 7:154; n. 11:15; n. 12:5; n. 18:68; n. 22:110 y 111; n. 29; n. 32.

36 Al relieve del Inter mirifica sobre "el teatro, que hoy estos instrumentos están difundiendo ampliamente" (n. 14), hace eco la Communio et progressio notando que "el espectáculo teatral (...) tiene hoy un gran público, tanto de asistentes a las representaciones como de oyentes en la radio o de telespectadores" (n. 158).

37 "Es la persona del hombre la que hay que salvar. Es la sociedad humana la que hay que renovar. Es, por consiguiente, el hombre, pero el hombre todo entero, cuerpo y alma, corazón y conciencia, inteligencia y voluntad"(Gaudium et Spes, n.3).

38 Congregación para la Educación Católica, Documento sobre "La formación teológica de los futuros sacerdotes", 22 feb. 1976, nn. 76, 77.

39 Communio et Progressio, n.8 Cfr. también en el n.6.

40 Inter mirifica, n. 18; y también Communio et progressio: "Que en la Jornada se examinen los problemas más difíciles y las perspectivas de la comunicación social, se reúnan profesionales y representantes de los distintos medios de comunicación" (n. 100). "Se honrará también a los que trabajan en tales medios" (n. 167). Cfr. también Apéndice I, nn. 18 y 38.

41 Cfr. Communio et progressio, nn. 106 y 111.

42 Tampoco se excluye que "los alumnos católicos puedan frecuentar las escuelas que enseñan las disciplinas prácticas, tales (...) como los medios de comunicación, la sociología religiosa en cuanto ésta se aplica a la observación de los hechos (...). Establecerlo corresponde a los Superiores, atendido el parecer de los alumnos, según el reglamento del Seminario y las normas dadas por el Ordinario que tiene jurisdicción sobre él (Directorio Ecuménico, n. 92, 13 Abril 1970: A.A.S., 62 [1970], p. 705).

43 Cfr. Inter mirifica, n. 24 y Communio et progressio, n. 187.

AETATIS NOVAE

Instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de *Communio et Progressio*

(22 de febrero de 1992)

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES

INSTRUCCIÓN PASTORAL AETATIS NOVAE SOBRE LAS COMUNICACIONES SOCIALES EN EL VIGÉSIMO ANIVERSARIO DE COMMUNIO ET PROGRESSIO

INTRODUCCIÓN

UNA REVOLUCIÓN EN LAS COMUNICACIONES

1. Con la llegada de una nueva era, las comunicaciones conocen una expansión considerable que influye profundamente en las culturas de todo el mundo. Las revoluciones tecnológicas representan sólo un aspecto de este fenómeno. No hay lugar en el que no se haga sentir el impacto de los medios de comunicación sobre las actitudes religiosas y morales, los sistemas políticos y sociales, la educación.

Nadie ignora, por ejemplo, el papel de las comunicaciones, que las fronteras geográficas y políticas no han podido detener, en los cambios que se han verificado a lo largo de los años 1989 y 1990, y cuyo alcance histórico ha subrayado el Papa(1).

«El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola -como suele decirse- en una "aldea global". Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales(2).

Más de un cuarto de siglo después de la promulgación del Decreto del Concilio Vaticano II sobre las comunicaciones sociales, *Inter mirifica*, y dos décadas después de la Instrucción pastoral *Communio et progressio*, el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales desea reflexionar sobre las consecuencias pastorales de esta nueva situación. Lo hace con el espíritu de la conclusión de *Communio et progressio*: «El Pueblo de Dios, que camina a través del tiempo construyendo la historia, como protagonista a la vez que destinatario de la comunicación, fijos en el mañana los ojos confiados y atentos, vislumbra lo que a manos llenas le promete la era espacial recién nacida(3).

Estimando que los principios y las ideas de estos documentos conciliares y postconciliares poseen un valor duradero, queremos aplicarlos al contexto nuevo. No pretendemos pronunciar palabras definitivas sobre una situación compleja, cambiante y en perpetua evolución, sino solamente procurar un instrumento de trabajo y estimular a los que deben afrontar las consecuencias pastorales de estas nuevas realidades.

2. A lo largo de los años que han sucedido a la aparición de *Inter mirifica* y de *Communio et Progressio* se nos ha habituado a expresiones tales como «sociedad de información», «cultura de los medios de comunicación» y «generación de los medios de comunicación». Este tipo de expresión debe ser notado: subraya que lo que saben y piensan los hombres y mujeres de nuestro tiempo está condicionado, en parte, por los medios de comunicación; la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación.

Las últimas décadas han sido asimismo el escenario de novedades espectaculares en materia de tecnologías de comunicación. Esto ha implicado tanto una rápida evolución de antiguas tecnologías como la aparición de nuevas tecnologías de telecomunicación y comunicación social, entre las que figuran los satélites, la televisión por cable, las fibras ópticas, los videocassettes, los discos compactos, la concepción de imágenes por ordenador y otras técnicas digitales e informáticas. La utilización de los nuevos medios de comunicación ha dado origen a lo que se ha podido llamar «nuevos lenguajes» y ha suscitado posibilidades ulteriores para la misión de la Iglesia así como nuevos problemas pastorales.

3. En este contexto animamos a los pastores y al pueblo de Dios a que profundicen el sentido de todo lo que se refiere a las comunicaciones y a los medios de comunicación y a traducirlo en proyectos concretos y realizables.

«Cuando los Padres del Concilio estaban dirigiendo su mirada hacia el futuro e intentaban discernir el contexto en el que la Iglesia estaría llamada a llevar a cabo su misión, pudieron ver claramente que el progreso y la tecnología ya estaban "transformando la faz de la tierra", e incluso que ya se estaba llegando a la conquista del espacio. Reconocieron, especialmente, que los desarrollos en la tecnología de las comunicaciones con toda probabilidad iban a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisibles(4).

«Lejos de insinuar que la Iglesia tendría que quedarse al margen o intentar aislarse de la riada de esos acontecimientos, los Padres del Concilio vieron que la Iglesia tenía que estar dentro del mismo progreso humano, compartiendo las experiencias de la humanidad e intentando entenderlas e interpretarlas a la luz de la fe. Era a los fieles de Dios a quienes correspondía hacer un uso creativo de los descubrimientos y nuevas tecnologías en beneficio de la humanidad y en cumplimiento del designio de Dios sobre el mundo»... para «una utilización sabia de las potencialidades de esta "era informática", con el fin de servir a la vocación humana y trascendente de cada ser humano, y así glorificar al Padre de quien viene todo bien(5).

Debemos expresar nuestro reconocimiento hacia todos aquellos que han permitido la constitución de una red de comunicaciones creativa en la Iglesia. A pesar de las dificultades

-debidas a los recursos limitados, a los obstáculos interpuestos a veces a la Iglesia en su acceso a los medios de comunicación, a la remodelación constante de la cultura, de los valores y las actitudes que provoca la omnipresencia de los medios de comunicación- se ha hecho ya mucho y se continúa haciendo. Los obispos, los clérigos, los religiosos y los laicos que se consagran a este apostolado capital merecen la gratitud de todos.

También tenemos que expresar nuestra satisfacción en lo que respecta a todos los esfuerzos positivos de colaboración ecuménica en el ámbito de los medios de comunicación, en el que están implicados los católicos y sus hermanos y hermanas de otras Iglesias y comunidades eclesiales, así como de cooperación interreligiosa con hermanos y hermanas de otras grandes religiones. No sólo ello es deseable sino que "empeña a los cristianos a unirse más profundamente en su acción comunicativa y a concertarse más directamente con las otras religiones de la humanidad, respecto a su presencia común en el seno de las comunicaciones"(6).

I

CONTEXTO DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

A. Contexto cultural y social

4. El cambio que hoy se ha producido en las comunicaciones supone, más que una simple revolución técnica, la completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo que le rodea y que la percepción verifica y expresa. El constante ofrecimiento de imágenes e ideas así como su rápida transmisión, realizada de un continente a otro, tienen consecuencias, positivas y negativas al mismo tiempo, sobre el desarrollo psicológico, moral y social de las personas, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, el intercambio de una cultura con otra, la percepción y la transmisión de los valores, las ideas del mundo, las ideologías y las convicciones religiosas. La revolución de las comunicaciones afecta incluso a la percepción que se puede tener de la Iglesia y contribuye a formar sus propias estructuras y funcionamiento.

Todo esto tiene importantes consecuencias pastorales. En efecto, se puede recurrir a los medios de comunicación tanto para proclamar el Evangelio como para alejarlo del corazón del hombre. El entramado cada vez más estrecho de los medios de comunicación con la vida cotidiana influye en la comprensión que pueda tenerse del sentido de la vida.

Los medios de comunicación tienen la capacidad de pesar no sólo sobre los modos de pensar, sino también sobre los contenidos del pensamiento. Para muchas personas la realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal; lo que los medios de comunicación no reconocen explícitamente parece insignificante. El silencio puede, así, hallarse impuesto de hecho a los individuos o a los grupos ignorados por los medios de comunicación; la voz del Evangelio puede, también, ella, encontrarse reducida al silencio sin ser apagada totalmente. Por ello es importante que los cristianos sean capaces de suministrar una información que «cree las noticias», dando la palabra a los que están privados de ella.

El poder que tienen los medios de comunicación de fortalecer o de destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia subraya bien la pertinente actualidad de las palabras del Concilio: «Para el recto empleo de estos medios es totalmente necesario que todos los que los usan conozcan y lleven a la práctica fielmente en este campo las normas del orden moral(7).

B. Contexto político y económico

5. Las estructuras económicas de las naciones dependen de los sistemas de comunicaciones contemporáneas. Generalmente se considera necesario para el desarrollo económico y político que el Estado invierta en una infraestructura eficaz de comunicaciones. El aumento de costo de esta inversión ha constituido, por otra parte, un factor de capital importancia que ha llevado a los gobiernos de numerosos países a adoptar políticas que miran a aumentar la concurrencia. Especialmente por esta razón en muchos casos los sistemas públicos de telecomunicaciones y de difusión han sido sometidos a políticas de falta de normativa y de privatización.

Del mismo modo que el mal uso del servicio público puede llevar a la manipulación ideológica y política, así, la comercialización no reglamentada y la privatización de la difusión tiene profundas consecuencias. En la práctica, y frecuentemente de forma oficial, la responsabilidad pública del uso de las ondas está infravalorada. Se tiende a evaluar su éxito en función del beneficio y no del servicio. Los motivos de beneficio y los intereses de los anunciantes ejercen una influencia anormal sobre el contenido de los medios de comunicación: se prefiere la popularidad a la calidad y uno se alinea en el mínimo común denominador. Los anunciantes, traspasando su legítimo papel, que consiste en identificar las verdaderas necesidades y responder a ellas, empujados por motivos mercantiles, se esfuerzan por crear necesidades y modelos artificiales de consumo.

Las presiones comerciales se ejercen igualmente más allá de las fronteras nacionales con perjuicio para ciertos pueblos y su cultura. Ante el aumento de la competencia y la necesidad de encontrar nuevos mercados, las empresas de comunicaciones revisten un carácter cada vez más «multinacional»; la carencia de recursos locales de producción provoca al mismo tiempo que algunos países dependan cada vez más de naciones extranjeras. Así es como la producción de ciertos medios de comunicación populares, característicos de una cultura, se difunden en otra, frecuentemente con detrimento de formas artísticas y de medios de comunicación que se encuentran en ellas y de los valores que contienen.

La solución de los problemas nacidos de esta comercialización y de esta privatización no reglamentadas no siempre reside en un control del Estado sobre los medios de comunicación, sino en una reglamentación más importante, conforme a las normas del servicio público, así como en una responsabilidad pública mayor. Hay que destacar, a este respecto, que si los causes jurídicos y políticos en los que funcionan los medios de comunicación de ciertos países están actualmente en franca mejora, hay otros lugares en los que la intervención gubernamental es un instrumento de opresión y de exclusión.

TAREA DE LAS COMUNICACIONES

6. Communio et progressio se basa en una presentación de las comunicaciones como una vía hacia la comunión. El texto declara que la comunicación, «más que la sola manifestación de ideas o expresión de sentimientos», es «una entrega de sí mismo por amor(8). La comunicación en este sentido, es el reflejo de la comunión eclesial y puede contribuir a ella.

La comunicación de la verdad puede tener realmente una potencia redentora que brota de la persona de Cristo. Él es el Verbo de Dios hecho carne y la imagen del Dios invisible. En Él y por Él la vida de Dios se comunica a la humanidad por la acción del Espíritu. «Porque lo invisible de Dios, desde la creación del mundo, se deja ver a la inteligencia a través de sus obras: su poder eterno y su divinidad(9). Se puede también citar el versículo siguiente: «Y la Palabra se hizo carne y puso su morad entre nosotros, y hemos contemplado su gloria, gloria que recibe del Padre como Hijo único, lleno de gracia y de verdad(10).

Dios se comunica definitivamente en el Verbo hecho carne. La palabra se hace liberadora y redentora para toda la humanidad en la predicación y en la acción de Jesús. Este acto de amor por el que Dios se revela, asociado a la respuesta de fe de la humanidad, engendra un diálogo profundo.

La historia humana y el conjunto de relaciones entre los hombres se desarrollan en el marco de esta comunicación de Dios en Cristo. La historia misma está destinada a convertirse en un tipo de palabra de Dios y la vocación del hombre consiste en contribuir a ella, de forma creadora, viviendo esta comunicación constante e ilimitada del amor reconciliador de Dios. Estamos llamados a traducir esto en palabras de esperanza y en actos de amor, es decir, mediante nuestro modo de vida. En consecuencia, la comunicación debe situarse en el corazón de la comunidad eclesial.

Cristo es a la vez el contenido y la fuente de lo que la Iglesia comunica cuando proclama el Evangelio. La Iglesia no es otra cosa que el «cuerpo místico de Cristo y plenitud misteriosa de Cristo glorificado, "Él llena todas las cosas"(11). Por tanto, nos movemos en la Iglesia, por la palabra y los sacramentos, hacia la esperanza de unidad definitiva donde «Dios será todo en todos(12).

A. Los medios de comunicación social al servicio de las personas y de las culturas

7. Paralelamente a todo el bien que hacen y que son capaces de hacer, los medios de comunicación «pueden ser a la vez eficaces instrumentos de unidad y comprensión mutua y transmisores de una visión deformada de la vida, de la familia, de la religión y de la moralidad -según una interpretación que no respeta la auténtica dignidad ni el destino de la persona humana(13). Es necesario que los medios de comunicación respeten y participen en el desarrollo integral de la persona que comprende «la dimensión cultural, trascendente y religiosa del hombre y de la sociedad(14).

La fuente de determinados problemas individuales y sociales reside también en el progresivo uso de los medios de comunicación en sustitución de las relaciones interpersonales y en la considerable dedicación prestada a los personajes de ficción que presentan esos medios. Los medios de comunicación no pueden reemplazar el contacto personal inmediato ni tampoco las relaciones entre los miembros de una familia o entre amigos. Sin embargo, sí que pueden contribuir a la solución de esta dificultad -mediante grupos de discusión, debates sobre las películas o las emisiones- estimulando la comunicación interpersonal, en vez de reemplazarla.

B. Los medios de comunicación al servicio del diálogo con el mundo actual

8. El Concilio Vaticano II ha subrayado que «el Pueblo de Dios... procura discernir en los acontecimientos, exigencias y deseos, de los cuales participa juntamente con sus contemporáneos, los signos verdaderos de la presencia o de los planes de Dios(15). Quienes proclaman la Palabra de Dios tienen el deber de tomar en consideración e intentar comprender las «palabras» de los diferentes pueblos y culturas, no sólo para dejarse instruir por ellos, sino también para ayudarles a reconocer y aceptar esa Palabra de Dios(16). Por tanto, la Iglesia debe mantener una presencia activa y atenta hacia el mundo, con el fin de nutrir a la comunidad y de ayudar a quienes buscan soluciones aceptables a los problemas personales y sociales.

Además de ello, si la Iglesia ha de comunicar su mensaje, adaptándolo a cada época y también a las particulares culturas de las diferentes naciones y pueblos, hoy en día debe hacerlo de forma especial con la cultura de los nuevos medios de comunicación(17). He ahí una condición fundamental si se quiere dar una respuesta a una de las preocupaciones esenciales del Concilio Vaticano II: «que todos los hombres, que hoy están más íntimamente unidos por múltiples vínculos sociales, técnicos y culturales, consigan también la unidad completa en Cristo(18). Juzgando el importante papel que pueden desempeñar los medios de comunicación en sus esfuerzos por favorecer esta unidad, la Iglesia los mira como logrados "por providente designio de Dios" para el desarrollo de las comunicaciones y la comunión entre los hombres mientras dura su peregrinación sobre la tierra(19).

La Iglesia, que trata de dialogar con el mundo moderno, desea poder entablar un diálogo honesto y respetuoso con los responsables de los medios de comunicación. Este diálogo implica que la Iglesia se esfuerce en comprender los medios de comunicación -sus objetivos, sus estructuras internas y sus modalidades- y que sostenga y anime a los que trabajan en ellos. Basándose en esta comprensión y este apoyo, se pueden hacer propuestas significativas con vistas a la eliminación de los obstáculos que se oponen al progreso humano y a la proclamación del Evangelio.

Un diálogo de este tipo necesita que la Iglesia se preocupe activamente de los medios de comunicación profanos, y especialmente de la elaboración de la política que les concierne. Los cristianos tienen el deber de hacer oír su voz en el seno de todos los medios de comunicación. Su tarea no se limita a la transmisión de noticias eclesiológicas. Por otro lado, este diálogo requiere que la Iglesia sostenga a los profesionales de los medios de comunicación, que elabore una antropología y una verdadera teología de la comunicación, a fin de que la misma teología se haga más comunicativa, más eficaz para revelar los valores

evangélicos y aplicarlos a las realidades contemporáneas de la condición humana; además, es necesario que los responsables de la Iglesia y los agentes pastorales respondan con buena voluntad y prudencia a las demandas de los medios de comunicación, tratando de establecer con ellos relaciones de confianza y de respeto mutuo, fundadas sobre valores comunes con los que no comparten nuestra fe.

C. Los medios de comunicación al servicio de la comunidad humana y del progreso social

9. Las comunicaciones que se hacen en la Iglesia y por la Iglesia consisten esencialmente en el anuncio de la Buena Nueva de Jesucristo. Es la proclamación del Evangelio como palabra profética y liberadora dirigida a los hombres y a las mujeres de nuestro tiempo; es el testimonio dado de la verdad divina y el destino trascendente de la persona humana, frente a una secularización radical; es ponerse de parte de la justicia, en solidaridad con todos los creyentes, al servicio de la comunión de los pueblos, las naciones y las culturas, frente a los conflictos y las divisiones.

Este sentido que la Iglesia da a las comunicaciones ilumina de forma excepcional los medios de comunicación y el papel que éstos han de jugar, de acuerdo con el plan providencial de Dios, en la promoción del desarrollo de las personas y de las sociedades humanas.

D. Los medios de comunicación al servicio de la comunión eclesial

10. A todo lo que se acaba de decir, conviene añadir la llamada importante del derecho al diálogo y a la información en el seno de la Iglesia, tal como lo afirma *Communio et progressio*(20), así como la necesidad de proseguir en la búsqueda de medios eficaces que favorezcan y protejan este derecho, especialmente mediante una utilización responsable de los medios de comunicación. Pensamos, entre otras cosas, en las afirmaciones del Código de Derecho Canónico según las cuales los fieles, salvando siempre la debida obediencia, «tienen la facultad de manifestar a los Pastores de la Iglesia sus necesidades, principalmente las espirituales, y sus deseos(21) y, en función de su conocimiento, competencia y prestigio, estos fieles tienen también «el derecho, y a veces incluso el deber», de expresar a sus pastores su opinión sobre las cuestiones que conciernen al bien de la Iglesia(22).

Existe ahí un medio para mantener y reforzar la credibilidad y la eficacia de la Iglesia. Más importante todavía, esto podría ser una forma concreta de llevar a la práctica el carácter de «comunión» de la Iglesia, que se fundamenta en la comunión íntima de la Trinidad, de la que la Iglesia es reflejo. Entre los miembros de esta comunidad que constituye la Iglesia, existe una igualdad básica de dignidad y de misión, proveniente del bautismo y que está en la base de la estructura jerárquica y de la diversidad de tareas y de funciones. Esta igualdad se expresará en la participación honrada y respetuosa de la información y de las opiniones.

En caso de desacuerdo, es importante saber que «no es ejerciendo una presión sobre la opinión pública como se contribuye a la clarificación de los problemas doctrinales y se

sirve a la verdad(23). Efectivamente, «las opiniones de los fieles no pueden pura y simplemente identificarse con el "sensus fidei"(24).

¿Por qué insiste la Iglesia en el derecho de todos a tener una información correcta, en su propio derecho a proclamar la auténtica verdad del Evangelio y en la responsabilidad que tienen sus pastores de comunicar la verdad y de formar a los fieles para que hagan lo mismo? Porque la comunicación, en la Iglesia, se entiende a partir de la comunicación que hace de sí mismo el Verbo de Dios.

E. Los medios de comunicación al servicio de una nueva evangelización

11. Además de los medios tradicionales en vigor, como el testimonio de vida, la catequesis, el contacto personal, la piedad popular, la liturgia y otras celebraciones similares, la utilización de los medios de comunicación se ha hecho esencial para la evangelización y la catequesis. Ciertamente «la Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más(25). Los medios de comunicación social pueden y deben ser los instrumentos al servicio del programa de reevangelización y de nueva evangelización de la Iglesia en el mundo contemporáneo. Con vistas a la nueva evangelización, habrá que dar una particular atención al impacto audiovisual, central en las comunicaciones, según el adagio «ver, juzgar, actuar».

Y, sin embargo, es muy importante, para la actitud que la Iglesia debe adoptar respecto a los medios de comunicación social y la cultura que ellos contribuyen a elaborar, tener siempre presente en el espíritu que «no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta "nueva cultura" creada por la comunicación moderna... con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos(26). La evangelización actual debería encontrar recursos en la presencia activa y abierta de la Iglesia en el seno del mundo de las comunicaciones.

III

RETOS ACTUALES

A. Necesidad de una evaluación crítica

12. Si la Iglesia adopta una actitud positiva y abierta hacia los medios de comunicación, tratando de penetrar en la nueva cultura creada por las comunicaciones modernas con el fin de evangelizar, es necesario que proponga también una evaluación crítica de los medios de comunicación y de su impacto sobre la cultura.

Como se ha dicho en tantas ocasiones, la tecnología de las comunicaciones constituye una maravillosa expresión del genio humano, del que los medios de comunicación aprovechan considerablemente a la sociedad. Sin embargo, como también se ha subrayado, la aplicación de la tecnología de las comunicaciones no se ha hecho bien del todo y todos sabemos que su utilización adecuada necesita valores sanos y elecciones prudentes por parte de las personas, del sector privado, de los gobiernos y del conjunto de la sociedad. La

Iglesia no pretende dictar estas decisiones y estas elecciones, sino que trata de proporcionar una verdadera ayuda, indicando los criterios éticos y morales aplicables a este campo, criterios que se encontrarán en los valores a la vez humanos y cristianos.

B. Solidaridad y desarrollo integral

13. En la situación actual, ocurre que los medios de comunicación exacerbaban los obstáculos individuales y sociales que impiden la solidaridad y el desarrollo integral de la persona humana. Estos obstáculos son especialmente el secularismo, el consumismo, el materialismo, la deshumanización y la ausencia de interés por la suerte de los pobres y los marginados(27).

En esta situación, la Iglesia, que reconoce en los instrumentos de comunicación social «actualmente el camino privilegiado para la creación y para la transmisión de la cultura(28), considera un deber proponer una formación a los profesionales de las comunicaciones sociales y al público para que miren los medios de comunicación social como un «sentido crítico animado por la pasión por verdad»; juzga también que es deber suyo realizar una «labor de defensa de la libertad, del respeto de la dignidad personal, de la elevación de la auténtica cultura de los pueblos, mediante el rechazo firme y valiente de toda forma de monopolio y manipulación(29).

C. Políticas y estructuras

14. Es evidente que determinados problemas son el fruto de determinadas políticas y estructuras de los medios de comunicación: citemos, sólo a título de ejemplo, el hecho de que ciertos grupos o clases ven cómo se les impide el acceso a los medios de comunicación, la reducción sistemática del derecho fundamental a la información en ciertos lugares, la extensión de la autoridad que determinados grupos económicos, sociales y políticos ejercen sobre los medios de comunicación.

Todo ello es contrario a los objetivos fundamentales y a la misma naturaleza de los medios de comunicación, cuyo papel social específico y necesario es contribuir a garantizar el derecho del hombre a la información, promover la justicia en la búsqueda del bien común y ayudar a las personas, grupos y pueblos en su búsqueda de la verdad. Los medios de comunicación ejercen estas funciones capitales cuando favorecen el intercambio de ideas y de informaciones entre todas las clases y los sectores de la sociedad y cuando ofrecen a todas las opiniones responsables la oportunidad de hacerse oír.

D. Defensa del derecho a la información y a las comunicaciones

15. No se puede aceptar que el ejercicio de la libertad de comunicación dependa de la fortuna, de la educación o del poder político. El derecho a la comunicación pertenece a todos.

Esto requiere especiales esfuerzos nacionales e internacionales, no sólo para otorgar a los pobres y a los menos pudientes el acceso a la información que necesitan para su desarrollo individual y social, sino también para hacer realidad que ellos mismos tengan un papel

efectivo y responsable en la decisión de los contenidos de los medios de comunicación y en la determinación de las estructuras y de las políticas de sus instituciones nacionales de comunicaciones.

Allí donde las estructuras jurídicas y políticas favorecen el dominio de los medios de comunicación por parte de grupos de presión, la Iglesia debe insistir en el respeto del derecho a la comunicación, y especialmente sobre su propio derecho al acceso a los medios de comunicación, sin olvidar la búsqueda de otros modelos de comunicaciones para sus propios miembros y para el conjunto de la población. Por otra parte, el derecho a la comunicación forma parte del derecho a la libertad religiosa, el cual no debería estar limitado a la libertad del culto.

IV

PRIORIDADES PASTORALES Y MEDIOS DE RESPUESTA

A. Defensa de las culturas humanas

16. Conociendo la situación existente en tantos lugares, la sensibilidad por los derechos y los intereses de las personas frecuentemente puede incitar a la Iglesia promover otros medios de comunicación. En el campo de la evangelización y la catequesis, la Iglesia deberá tomar medidas a menudo para preservar y favorecer los «medios de comunicación populares» y otras formas tradicionales de expresión, reconociendo que, en determinadas sociedades, pueden ser más eficaces para la difusión del Evangelio que los medios de comunicación más modernos, porque permiten una participación personal mayor y alcanzan niveles más profundos de sensibilidad humana y de motivación.

La omnipresencia de los medios de comunicación en el mundo contemporáneo no disminuye en nada la importancia de otros medios de comunicación que permiten a las personas comprometerse activamente en la producción e incluso en la concepción de las comunicaciones. Los medios de comunicación tradicionales y populares no sólo representan un importante cauce de expresión de la cultura local, sino que también permiten el desarrollo de una competencia en la creación y en la utilización de los medios de comunicación.

También consideramos de manera positiva el deseo de numerosos pueblos y grupos humanos de disponer de sistemas de comunicación y de información más justos y equitativos, a fin de preservarse de la dominación y de la manipulación, provenientes del extranjero o de sus compatriotas. Los países en vías de desarrollo tienen este miedo con respecto a los países desarrollados; las minorías de ciertas naciones, desarrolladas o en vías de desarrollo, comparten esta misma preocupación. Sea cual fuere la situación, es preciso que los ciudadanos puedan tomar parte activa, autónoma y responsable en las comunicaciones, pues, influyen, de muchas formas, en sus condiciones de vida.

B. Desarrollo y promoción de los medios de comunicación de la Iglesia

17. La Iglesia, al mismo tiempo que continúa empeñándose de diverso modo en el campo de las comunicaciones y de los medios de comunicación, a pesar de las numerosas dificultades encontradas, debe seguir desarrollando, manteniendo y favoreciendo sus propios instrumentos y programas católicos de comunicaciones. Estos abarcan la prensa católica y las editoriales católicas, la radio y la televisión católicas, las oficinas de información y relaciones públicas, institutos para la formación y la práctica en los medios de comunicación, la investigación sobre la información, organizaciones vinculadas a la Iglesia para los profesionales de las comunicaciones, especialmente las organizaciones católicas internacionales de comunicaciones, cuyos miembros pueden ser colaboradores valiosos y competentes de las Conferencias episcopales y de los diferentes obispos.

El trabajo de los medios de comunicación católicos no es sólo una actividad suplementaria y añadida a las demás de la Iglesia: ciertamente las comunicaciones sociales tienen que desempeñar un papel en todos los aspectos de la misión de la Iglesia. Por ello, no hay que contentarse con tener un plan pastoral de comunicaciones, sino que es preciso que las comunicaciones formen parte integrante de todo plan pastoral, ya que ellas tienen una contribución que dar a todo apostolado, ministerio o programa.

C. Formación de los comunicadores cristianos

18. La educación y la formación para las comunicaciones sociales deben formar parte integrante de la formación de los agentes de pastoral y de los sacerdotes(30). Varios elementos y diversos aspectos son necesarios en esta formación.

En el mundo actual, tan fuertemente influido por los medios de comunicación, es preciso, por ejemplo, que el personal de la Iglesia tenga al menos una buena visión de conjunto del impacto que las nuevas tecnologías de la información y los nuevos medios de comunicación ejercen sobre las personas y la sociedad. También los agentes pastorales deben estar dispuestos a dispensar su ministerio tanto a los que son «ricos en información» como a los que son «pobres en información». Hace falta que sepan invitar al diálogo, evitando un estilo de comunicaciones susceptible de sugerir la dominación, la manipulación o el provecho personal. Por lo que se refiere a los que están más comprometidos en el trabajo de los medios de comunicación al servicio de la Iglesia, es preciso que adquieran las competencias profesionales necesarias en esta materia, así como una formación doctrinal y espiritual.

D. Pastoral de los profesionales de las comunicaciones

19. El trabajo en los medios de comunicación supone presiones psicológicas y dilemas éticos especiales. Cuando se considera la importancia del papel que desempeñan los medios de comunicación en la formación de la cultura contemporánea y en la configuración de la vida de innumerables personas y sociedades enteras, parece esencial que quienes son profesionales de los medios de comunicación profanos y en las industrias de las comunicaciones consideren sus responsabilidades con un ideal profundo y con la voluntad de servir a la humanidad.

Esto conlleva para la Iglesia su parte de responsabilidad: es preciso que elabore y proponga programas pastorales que respondan con precisión a las condiciones particulares de trabajo y a los desafíos éticos a los que se enfrentan los profesionales de las comunicaciones. De hecho, estos programas pastorales deberán comportar una formación permanente que pueda ayudar a estos hombres y mujeres -muchos de los cuales desean sinceramente saber y practicar lo que es justo en el plano ético y moral- a estar cada vez más imbuidos por los criterios morales, en su vida tanto profesional como privada.

V

NECESIDAD DE UNA PLANIFICACIÓN PASTORAL

A. Responsabilidades de los obispos

20. Reconociendo el valor, e incluso la urgencia, de las llamadas que surgen del mundo de las comunicaciones, los obispos y las personas encargadas de decidir el reparto de los recursos en la Iglesia, que son limitados tanto en el plano humano como en el material, deberán esforzarse por conceder una adecuada prioridad a este campo, teniendo en cuenta las circunstancias propias de su nación, de su región o de su diócesis.

Puede ser que esta necesidad se haga sentir de forma más aguda en el presente que en el pasado, precisamente porque, al menos en parte, el gran «areópago» del tiempo moderno, el mundo de la comunicación, ha estado más o menos olvidado por la Iglesia hasta ahora(31). Así lo ha señalado el Santo Padre: «Generalmente se privilegian otros instrumentos para el anuncio evangélico y para la formación cristiana, mientras los medios de comunicación social se dejan a la iniciativa de individuos o de pequeños grupos, y entran en la programación pastoral sólo a nivel secundario(32). Esta situación reclama una serie de correcciones.

B. Necesidad de un plan pastoral sobre medios de comunicación social

21. Recomendamos particularmente que las diócesis y las Conferencias o asambleas episcopales procuren que la problemática de los medios de comunicación social sea abordada en todos sus planes pastorales. Conviene que redacten planes pastorales dirigidos especialmente a los medios de comunicación social, o que examinen y actualicen los planes ya existentes, para que se mantenga un proceso permanente de revisión y puesta al día. Para esto los obispos deberán buscar la colaboración de profesionales de medios de comunicación, que trabajen en instituciones civiles u organismos eclesiales ligados al ámbito de las comunicaciones, incluidos especialmente los organismos internacionales y nacionales de cine, radio, televisión y prensa.

Algunas Conferencias episcopales se han servido ya de planes pastorales que describen concretamente las necesidades existentes y los posibles objetivos, y que alientan la coordinación de esfuerzos. Los resultados del estudio, así como de las evaluaciones y consultas que han permitido la redacción de estos documentos, podrían y deberían circular en todos los niveles eclesiales, ya que suministran datos útiles para la pastoral. De este modo planes realistas y prácticos pueden adaptarse a las necesidades de las Iglesias locales.

Los mismos deberían revisarse y adaptarse permanentemente en función de la evolución de las necesidades.

Terminamos este documento facilitando elementos para un plan pastoral y sugiriendo cuestiones que podrían tratarse en cartas pastorales o declaraciones episcopales tanto nacionales como locales. Estos elementos han sido propuestos por Conferencias episcopales o por profesionales de los medios de comunicación social.

CONCLUSIÓN

22. Reiteramos que «la Iglesia ve los medios de comunicación social como "dones de Dios", ya que, según designio de la divina Providencia, unen fraternalmente a los hombres para que colaboren así con su voluntad salvadora(33). Así como el Espíritu ayudó a los antiguos profetas a descifrar el plan de Dios a través de los signos de su tiempo, hoy ayuda a la Iglesia a interpretar los signos de nuestro tiempo y a realizar su misión profética que conlleva el estudio, la evaluación y el recto uso de las tecnologías y medios de comunicación, que han llegado a ser fundamentales.

ANEXO

ELEMENTOS DE UN PLAN PASTORAL DE COMUNICACIONES

23. La situación de los medios de comunicación y las posibilidades ofrecidas a la Iglesia en el campo de las comunicaciones difieren de una nación a otra, incluso de una diócesis a otra dentro de un mismo país. De ello se derivan naturalmente diferencias en la actitud que la Iglesia ha de adoptar, según los lugares, acerca de los medios de comunicación y la cultura que contribuyen a forjar, y las diversidades de sus planes y modos de participación de acuerdo con las situaciones locales.

Cada Conferencia episcopal y cada diócesis deben elaborar un plan pastoral completo sobre las comunicaciones, preferentemente consultando tanto a representantes de organismos católicos internacionales y nacionales de medios de comunicación social como a profesionales de medios locales. Además, sería necesario que en los otros planes pastorales, incluidos los que conciernen al servicio social, a la educación y a la evangelización, se tenga en cuenta, en su elaboración y realización, lo que afecta a las comunicaciones sociales. Varias Conferencias episcopales y diócesis ya han desarrollado tales planes, identificando en los mismos necesidades referidas a las comunicaciones sociales, definiendo objetivos, efectuando previsiones de financiación realistas y coordinando los distintos esfuerzos llevados a cabo en esta área.

Proponemos las siguientes directrices para ayudar a los que tengan que elaborar estos planes pastorales o se encarguen de actualizar los existentes.

Directrices para la elaboración de planes pastorales de medios de comunicación social en una diócesis, Conferencia episcopal o Sínodo patriarcal

24. Un plan pastoral de comunicaciones debería contener los siguientes elementos:

- a) una presentación de conjunto, elaborada a partir de una amplia consulta, y que describa, para todos los ministerios de la Iglesia, las estrategias de las comunicaciones sociales que respondan a las cuestiones y a las circunstancias actuales;
- b) un inventario o evaluación de la problemática existente en el territorio: las diferentes clases de público, los productores y directores de los medios de comunicación estatales y comerciales, los recursos financieros y técnicos, las redes de distribución, los recursos ecuménicos y educativos, el personal de los organismos y medios de comunicación católicos, incluidos los de comunidades religiosas;
- c) una proposición de estructuración de los medios de comunicación eclesiales destinados a apoyar la evangelización, la catequesis y la educación, el servicio social y la colaboración ecuménica; deberá incluir, en la medida de lo posible, las relaciones públicas, la prensa, la radio, la televisión, el cine, los cassettes, las redes informáticas, los servicios de reproducción gráfica y otras formas de telecomunicaciones;
- d) una educación para los medios de comunicación que insista particularmente en la relación entre éstos y los valores;
- e) una apertura pastoral de diálogo con los profesionales de los medios de comunicación, que insista en el desarrollo de la fe y en el crecimiento espiritual;
- f) una indicación de las posibilidades de obtener y asegurar los medios de financiación de esta pastoral.

Modo de elaboración de un plan pastoral de comunicaciones

25. El plan debería proponer pautas y sugerencias que ayuden a los comunicadores en la Iglesia a establecer objetivos y prioridades realistas para su trabajo. Recomendamos que se constituya un equipo de personal eclesial y profesionales para su elaboración. Esta se desarrollará en dos fases: investigación y programación.

Fase de investigación

26. La fase de investigación comprende la evaluación de las necesidades, la recopilación de información y la búsqueda de modelos alternativos de planes pastorales. Esto implica un análisis del contexto en el que se sitúan las comunicaciones, subrayando los aciertos y lagunas de las estructuras y programas de comunicación eclesiales existentes, así como las posibilidades que se les ofrecen y los retos que tienen que afrontar.

Tres tipos de estudios pueden ayudar a la recogida de la información necesaria: una evaluación de las necesidades, un examen de la difusión de los medios de comunicación y un inventario de los recursos. El primer estudio consistirá en hacer un elenco de las prioridades pastorales que necesitan una atención particular por parte de la Conferencia episcopal o de la diócesis. El segundo investigará los programas vigentes -analizando su eficacia- de forma que se indiquen los aciertos y fallos de las estructuras y procedimientos

de los medios de comunicación ya existentes. El tercero deberá describir los recursos, tecnología y personal de los que la Iglesia dispone en materia de comunicaciones, no contentándose con los recursos «propios» de la Iglesia, sino teniendo en cuenta aquellos de los que podría disponer el mundo empresarial, las industrias de los medios de comunicación y los organismos ecuménicos.

Fase de programación

27. Después de esta recogida y análisis de datos, el equipo que elabore el plan deberá determinar los objetivos y prioridades de la Conferencia o de la diócesis en el campo de las comunicaciones. Estaremos entonces en el comienzo de la fase de programación. Atendiendo a las circunstancias locales, el equipo deberá abordar después los siguientes problemas.

28. La educación: las cuestiones de las comunicaciones y de la comunicación de masas afectan a todos los niveles del ministerio pastoral, incluido el de la educación. Un plan pastoral de comunicación deberá esforzarse en:

a) proponer posibilidades de educación en materia de comunicación, presentándolas como componentes esenciales de la formación de todos los que se han comprometido en la actividad de la Iglesia: seminaristas, sacerdotes, religiosos y religiosas o animadores laicos;

b) animar a las escuelas y universidades católicas a proponer programas y cursos relacionados con las necesidades de la Iglesia y de la sociedad en materia de comunicaciones;

c) proponer cursos, talleres y seminarios de tecnología, gestión, ética y política de los medios de comunicación, destinados a los responsables de la Iglesia en este campo, a los seminaristas, a los religiosos y al clero;

d) prever y realizar programas de educación y comprensión de los medios de comunicación dirigidos a profesores, padres y estudiantes;

e) alentar a los artistas y escritores para que estén atentos a transmitir los valores evangélicos cuando utilizan sus talentos en la literatura, teatro, radio, emisiones televisivas y películas recreativas y educativas;

f) señalar nuevas estrategias de evangelización y catequesis mediante la aplicación de las tecnologías de comunicación y las comunicaciones sociales.

29. Formación espiritual y asistencia pastoral. Los profesionales seculares católicos y otras personas que trabajan en el apostolado eclesial de las comunicaciones sociales o en los medios profanos esperan frecuentemente de la Iglesia una orientación espiritual y un apoyo pastoral. Un plan pastoral de comunicaciones deberá pretender, pues:

a) proponer a los laicos católicos y a otros profesionales de los medios de comunicación ocasiones para enriquecer su formación profesional mediante jornadas de reflexión, retiros, seminarios y grupos de apoyo profesional;

b) proponer una asistencia pastoral que procure el apoyo necesario para alimentar la fe de los comunicadores y sostener su sentido de entrega a esta difícil tarea que consiste en comunicar al mundo los valores del Evangelio y los auténticos valores humanos.

30. Cooperación. La cooperación comprende la participación de los recursos entre las Conferencias y/o las diócesis, y entre las diócesis y otras instituciones tales como las comunidades religiosas, las universidades y los organismos sanitarios. Un plan pastoral para las comunicaciones sociales deberá intentar:

a) reforzar las relaciones y animar la consulta recíproca entre los representantes de la Iglesia y los profesionales de los medios de comunicación social, que pueden aportar mucho a la Iglesia en el ámbito de la utilización de estos medios;

b) buscar las posibilidades de cooperación en la producción entre centros regionales y nacionales y favorecer el desarrollo de las redes comunes de promoción, comercialización y distribución;

c) favorecer la cooperación con las congregaciones religiosas que trabajan en el área de las comunicaciones sociales;

d) colaborar con los organismos ecuménicos y con las otras Iglesias y grupos religiosos en todo lo que se refiere a asegurar y garantizar el acceso de la religión a los medios de comunicación, así como «en el campo de los nuevos medios: especialmente» en lo que se refiere «al uso común de los satélites, las redes vía cable y los bancos de datos y, globalmente, la informática, empezando por la compatibilidad de los sistemas(34);

e) cooperar con los medios de comunicación profanos, particularmente en lo que incumbe a las preocupaciones comunes que conciernen a las cuestiones religiosas, morales, éticas, culturales, educativas y sociales.

31. Relaciones públicas. Las relaciones públicas necesitan, por parte de la Iglesia, una comunicación activa con la comunidad a través de los medios de comunicación social tanto profanos como religiosos. Estas relaciones, que implican la disponibilidad de la Iglesia para comunicar los valores evangélicos y dar a conocer sus ministerios y programas, requieren por su parte que haga todo lo que esté en su mano para verificar que efectivamente es la imagen de Cristo. Así, pues, un plan pastoral de comunicaciones deberá tender a:

a) sostener oficinas de relaciones públicas dotadas de recursos humanos y materiales suficientes para hacer posible una verdadera comunicación entre la Iglesia y el conjunto de la comunidad;

b) producir publicaciones y programas de radio, televisión y video de calidad excelente, de manera que haga visibles el mensaje del Evangelio y la misión de la Iglesia;

c) promover premios y otros medios de reconocimiento que animen y apoyen a los profesionales de los medios de comunicación;

d) celebrar la Jornada mundial de las comunicaciones sociales como un medio de promover la toma de conciencia de la importancia de las comunicaciones sociales, y de apoyo a las iniciativas emprendidas por la Iglesia en materia de comunicaciones.

32. Investigación. Las estrategias de la Iglesia en el ámbito de las comunicaciones sociales deben fundarse en los resultados de una investigación seria en la materia, que implica un análisis y evaluación realizadas con conocimiento de causa. Conviene que el estudio de las comunicaciones atienda a las cuestiones y problemas mayores a los que debe hacer frente la misión de la Iglesia dentro de la propia nación o región. Un plan pastoral de comunicaciones deberá:

a) alentar a los institutos de estudios superiores, los centros de investigación y las universidades a emprender investigaciones fundamentales y aplicadas sobre las necesidades y preocupaciones de la Iglesia y de la sociedad en materia de comunicaciones;

b) determinar las modalidades prácticas de una interpretación de la investigación realizadas sobre las comunicaciones, y de su aplicación a la misión de la Iglesia;

c) apoyar una reflexión teológica permanente sobre los procesos y los instrumentos de la comunicación social y sobre su papel en la Iglesia y en la sociedad;

33. Comunicación y desarrollo de los pueblos. Las comunicaciones y los medios de comunicación realmente accesibles pueden permitir a muchas personas participar mejor en la economía del mundo moderno, experimentar una libertad de expresión y contribuir al crecimiento de la paz y de la justicia en el mundo. Un plan pastoral de comunicaciones sociales deberá procurar:

a) que los valores evangélicos ejerzan una influencia sobre el amplio abanico de actividades contemporáneas en el campo de la comunicación social -desde la publicación de libros hasta las comunicaciones por satélite-, de manera que contribuyan al desarrollo de la solidaridad internacional;

b) defender el interés público y salvaguardar el acceso de la religión a los medios de comunicación mediante posturas informadas y responsables sobre las cuestiones de legislación y política de las comunicaciones y sobre el desarrollo de los sistemas de comunicación;

c) analizar el impacto social de las tecnologías de comunicación social avanzadas y contribuir a evitar rupturas sociales y desestabilizaciones culturales inútiles;

d) ayudar a los profesionales de las comunicaciones a definir y observar normas éticas, sobre todo por lo que se refiere a la ecuanimidad, la verdad, la justicia, la decencia y el respeto de la vida;

e) elaborar estrategias que favorezcan un acceso más difundido, más representativo y más responsable a los medios de comunicación social;

f) ejercer un papel profético tomando la palabra en los momentos oportunos cuando se trate de ayudar el punto de vista del Evangelio respecto a las dimensiones morales de importantes cuestiones de interés público.

Ciudad del Vaticano, 22 de febrero de 1992, Fiesta de la Cátedra de San Pedro Apóstol.

Mons. John P. Foley

Presidente

Mons. Pierfranco Pastore

Secretario

NOTAS

1. Centesimus Annus, 12-23, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 807-821.
2. Juan Pablo II Redemptoris missio, 37, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 285.
3. Communio et progressio, 187, en AAS, LXIII (1971), págs. 655-656.
4. Juan Pablo II, Mensaje para la XXIV Jornada Mundial de las comunicaciones sociales, en L'Osservatore Romano, 25 de enero de 1990, pág. 6; cf. Gaudium et spes, 5, en AAS, LVIII (1966), pág. 1028.
5. Cf. Gaudium et spes, 5, en AAS, LVIII (1966), pág. 1028.
6. Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Criterios de colaboración ecuménica e interreligiosa en las comunicaciones sociales, 1, Ciudad del Vaticano, 1989.
7. Inter mirifica, 4, en AAS, LVI (1964), pág. 146.
8. Communio et progressio, 11, en AAS, LXIII (1971), pág. 598.
9. Rm 1, 20.
10. Jn 1, 14.
11. Ef 1, 23; 4-10.
12. 1 Co 15, 28; Communio et progressio, 11, en AAS, LXIII (1971), pág. 598.

13. Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales: una respuesta pastoral, 7, Ciudad del Vaticano, 1989.
14. Juan Pablo II, Sollicitudo rei socialis, 46, en AAS, LXXX (1988), pág. 579.
15. Gaudium et spes, 11, en AAS, LVIII (1966), pág. 1034
16. Cf. Pablo VI, Evangelii nuntiandi, 20, en AAS, LXVIII (1976), págs. 18-19.
17. Cf. Inter mirifica, 3, en AAS, LVI (1964), pág. 146.
18. Lumen gentium, 1, en AAS, LVII (1965), pág. 5.
19. Cf. Communio et progressio, 12, en AAS, LXIII (1971), pág. 598.
20. Cf. Communio et progressio, nn. 114-121, en AAS, LXIII (1971), págs. 634-636.
21. Cf. canon 212.2, en AAS, LXXV, 2 (1983), pág. 34.
22. Cf. canon 212.3, en AAS, LXXV, 2 (1983), pág. 34
23. Congregación para la doctrina de la fe, Instrucción sobre la vocación eclesial del teólogo, 30, en AAS, LXXXII (1990), pág. 1562.
24. Cf. Congregación para la doctrina de la fe, Instrucción sobre la vocación eclesial del teólogo, 35, en AAS, LXXXII (1990), pág. 1565.
25. Pablo VI, Evangelii nuntiandi, 45, en AAS, LXVIII (1976), pág. 35.
26. Juan Pablo II, Redemptoris missio, 37, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 285.
27. Cf. Juan Pablo II, Centesimus annus, 41, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 841.
28. Juan Pablo II, Christifideles laici, 44, en AAS, LXXXI (1989), pág. 480.
29. Juan Pablo II, Christifideles laici, 44, en AAS, LXXXI (1989), pág. 481.
30. Cf. Congregación para la educación católica, Orientaciones sobre la formación de los futuros sacerdotes para el uso de los instrumentos de la comunicación social, Ciudad del Vaticano, 1986.
31. Cf. Juan Pablo II, Redemptoris missio, 37, c, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 285.
32. Cf. Juan Pablo II, Redemptoris missio, 37, c, en AAS, LXXXIII (1991), pág. 285.
33. Communio et progressio, 2, en AAS, LXIII (1971), págs. 593-594.

34. Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Criterios de colaboración ecuménica e interreligiosa en las comunicaciones sociales, 14, Ciudad del Vaticano, 1989.

ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES

(2 de junio de 2000)

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES

ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES

I INTRODUCCIÓN

1. El uso que la gente hace de los medios de comunicación social puede producir efectos positivos o negativos. Aunque se dice comúnmente —y lo diremos a menudo aquí— que en los medios de comunicación social « cabe de todo », no son fuerzas ciegas de la naturaleza fuera del control del hombre. Porque aun cuando los actos de comunicación tienen a menudo consecuencias no pretendidas, la gente elige usar los medios de comunicación con fines buenos o malos, de un modo bueno o malo.

Estas opciones, importantes para el aspecto ético, no sólo las realizan quienes reciben el mensaje —espectadores, oyentes y lectores—, sino especialmente quienes controlan los medios de comunicación social y determinan sus estructuras, sus políticas y sus contenidos. Incluyen a funcionarios públicos y ejecutivos de empresas, miembros de consejos de administración, propietarios, editores y gerentes de emisoras, directores, jefes de redacción, productores, escritores, corresponsales y otras personas. Para ellos, la cuestión ética es particularmente importante: los medios de comunicación social ¿se usan para el bien o para el mal?

2. El impacto de la comunicación social es enorme. Por medio de ella la gente entra en contacto con otras personas y con acontecimientos, se forma sus opiniones y valores. No sólo se transmiten y reciben información e ideas a través de estos instrumentos, sino que a menudo las personas experimentan la vida misma como una experiencia de los medios de comunicación social (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Aetatis novae*, 2).

La evolución tecnológica está teniendo como consecuencia inmediata que los medios de comunicación resulten cada vez más penetrantes y poderosos. « La llegada de la sociedad de la información es una verdadera revolución cultural » (Pontificio Consejo para la Cultura, *Para una pastoral de la cultura*, 9); y las innovaciones deslumbrantes del siglo XX pueden haber sido sólo un preludio de lo que traerá consigo este nuevo siglo.

El alcance y la diversidad de los medios de comunicación accesibles a la gente en los países ricos ya son asombrosos: libros y periódicos, televisión y radio, películas y vídeos, grabaciones y comunicaciones electrónicas transmitidas por radio, cable, satélite e Internet.

Los contenidos de esta vasta difusión van desde las noticias rigurosas hasta el mero entretenimiento, desde las oraciones hasta la pornografía, desde la contemplación hasta la violencia. La gente, dependiendo de cómo usa los medios de comunicación social, puede aumentar su empatía y su compasión o puede encerrarse en un mundo narcisista y aislado, con efectos casi narcóticos. Ni siquiera los que rehúyen los medios de comunicación social pueden evitar el contacto con quienes están profundamente influidos por ellos.

3. Además de estas razones, la Iglesia tiene sus propios motivos para estar interesada en los medios de comunicación social. La historia de la comunicación humana, vista a la luz de la fe, puede considerarse como un largo camino desde Babel, lugar y símbolo del colapso de las comunicaciones (cf. Gn 11,4-8), hasta Pentecostés y el don de lenguas (cf. Hch 2,5-11), cuando se restableció la comunicación mediante el poder del Espíritu Santo, enviado por el Hijo. La Iglesia, enviada al mundo para anunciar la buena nueva (cf. Mt 28,19-20; Mc 16,15), tiene la misión de proclamar el Evangelio hasta el fin de los tiempos. Hoy sabe que es preciso usar los medios de comunicación social (cf. Concilio Vaticano II, *Inter mirifica*, 3; Pablo VI, *Evangelii nuntiandi*, 45; Juan Pablo II, *Redemptoris missio*, 37; Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Communio et progressio*, 126-134, *Aetatis novae*, 11).

La Iglesia también se reconoce a sí misma como una *communio*, una comunión de personas y comunidades eucarísticas, que « se fundamenta en la comunión íntima de la Trinidad » (*Aetatis novae*, 10; Congregación para la Doctrina de la Fe, *Algunos aspectos de la Iglesia entendida como comunión*). En efecto, toda la comunicación humana se basa en la comunicación entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo. Más aún, la comunión trinitaria llega hasta la humanidad: el Hijo es la Palabra, « pronunciada » eternamente por el Padre; y en Jesucristo y por Jesucristo, Hijo y Palabra hecha carne, Dios se comunica a sí mismo y comunica su salvación a los hombres y mujeres. « Muchas veces y de muchos modos habló Dios en el pasado a nuestros padres por medio de los profetas; en estos últimos tiempos nos ha hablado por medio del Hijo » (Hb 1,1-2). La comunicación en la Iglesia y por medio de ella encuentra su punto de partida en la comunión de amor entre las Personas divinas y en su comunicación con nosotros.

4. La Iglesia asume los medios de comunicación social con una actitud fundamentalmente positiva y estimulante. No se limita simplemente a pronunciar juicios y condenas; por el contrario, considera que estos instrumentos no sólo son productos del ingenio humano, sino también grandes dones de Dios y verdaderos signos de los tiempos (cf. *Inter mirifica*, 1; *Evangelii nuntiandi*, 45; *Redemptoris missio*, 37). La Iglesia desea apoyar a los profesionales de la comunicación, proponiéndoles principios positivos para asistirles en su trabajo, a la vez que fomenta un diálogo en el que todas las partes interesadas —hoy está implicada una gran parte de la humanidad— puedan participar. Estos propósitos constituyen la razón de ser del presente documento.

Lo decimos una vez más: los medios de comunicación social no hacen nada por sí mismos; son únicamente instrumentos, herramientas que la gente elige usar de uno u otro modo. Al reflexionar en los medios de comunicación social, debemos afrontar honradamente la cuestión « más esencial » que plantea el progreso tecnológico: si, gracias a él, la persona humana « se hace de veras mejor, es decir, más maduro espiritualmente, más consciente de

la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierto a los demás, particularmente a los más necesitados y a los más débiles, más disponible a dar y prestar ayuda a todos » (Juan Pablo II, *Redemptor hominis*, 15).

Damos por supuesto que la gran mayoría de las personas dedicadas con toda su capacidad a la comunicación social es gente consciente que quiere hacer las cosas como se debe. Los funcionarios públicos, los políticos y los ejecutivos de empresas desean respetar y promover el interés público, tal como lo entienden. Los lectores, los oyentes y los telespectadores quieren emplear bien su tiempo, con miras a un crecimiento y un desarrollo personales que les permitan llevar una vida más feliz y más productiva. Los padres sienten la inquietud de saber si lo que entra en sus hogares a través de los medios de comunicación social es beneficioso para sus hijos. Los comunicadores más profesionales desean usar sus talentos para servir a la familia humana, y están preocupados por las crecientes presiones económicas e ideológicas tendentes a bajar los modelos éticos presentes en numerosos sectores de los medios de comunicación social.

Los contenidos de las innumerables opciones hechas por todas esas personas en relación con los medios de comunicación social se diferencian de un grupo a otro y de una persona a otra; pero todas las opciones tienen su peso ético y están sometidas a una evaluación ética. Para elegir correctamente, es necesario que quienes eligen « conozcan las normas del orden moral en este campo y las lleven fielmente a la práctica » (*Inter mirifica*, 4).

5. La Iglesia aporta diversos elementos a esta cuestión.

Aporta una larga tradición de sabiduría moral, enraizada en la revelación divina y en la reflexión humana (cf. Juan Pablo II, *Fides et ratio*, 36-48). Una parte de esa tradición está formada por un conjunto fundamental y creciente de doctrina social, cuya orientación teológica es un importante correctivo tanto para la « solución atea, que priva al hombre de una parte esencial, la espiritual, como para las soluciones permisivas o consumistas, las cuales con diversos pretextos tratan de convencerlo de su independencia de toda ley y de Dios mismo » (Juan Pablo II, *Centesimus annus*, 55). Más que pronunciar simplemente un juicio pasajero, esta tradición se ofrece a sí misma al servicio de los medios de comunicación social. Por ejemplo, « la cultura de la sabiduría, propia de la Iglesia, puede evitar que la cultura de la información, propia de los medios de comunicación, se convierta en una acumulación de hechos sin sentido » (Juan Pablo II, *Mensaje para la XXXIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1999*, n. 3).

La Iglesia también aporta algo más en esta cuestión. Su contribución especial a las realidades humanas, incluyendo el mundo de las comunicaciones sociales, es « precisamente el concepto de la dignidad de la persona, que se manifiesta en toda su plenitud en el misterio del Verbo encarnado » (*Centesimus annus*, 47). Como afirma el Concilio Vaticano II, « Cristo el Señor, Cristo el nuevo Adán, en la misma revelación del misterio del Padre y de su amor, manifiesta plenamente el hombre al propio hombre y le descubre la grandeza de su vocación » (*Gaudium et spes*, 22).

II LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AL SERVICIO DE LA PERSONA HUMANA

6. La Instrucción Pastoral sobre las comunicaciones sociales *Communio et progressio*, en continuidad con la Constitución Pastoral del Concilio sobre la Iglesia en el mundo actual, *Gaudium et spes* (cf. nn. 30-31), subraya que los medios de comunicación están llamados a servir a la dignidad humana, ayudando a la gente a vivir bien y a actuar como personas en comunidad. Los medios de comunicación realizan esa misión impulsando a los hombres y mujeres a ser conscientes de su dignidad, a comprender los pensamientos y sentimientos de los demás, a cultivar un sentido de responsabilidad mutua, y a crecer en la libertad personal, en el respeto a la libertad de los demás y en la capacidad de diálogo.

La comunicación social tiene un inmenso poder para promover la felicidad del hombre y su realización. Sin pretender dar más que una visión de conjunto, presentamos aquí, como hemos hecho en otro documento (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Ética en la publicidad*, 4-8), algunos beneficios económicos, políticos, culturales, educativos y religiosos.

7. Económicos. El mercado no es una norma de moralidad o una fuente de valores morales, y se puede abusar de la economía de mercado; pero el mercado puede servir a la persona (cf. *Centesimus annus*, 34), y los medios de comunicación desempeñan un papel indispensable en una economía de mercado. La comunicación social sostiene los negocios y el comercio, contribuye a estimular el progreso económico, el empleo y la prosperidad, promueve mejoras en la calidad de los bienes y servicios existentes y el desarrollo de otros nuevos, fomenta la competencia responsable con vistas al interés público, y permite que la gente haga opciones informadas, dándole a conocer la disponibilidad y las características de los productos.

En resumen, los complejos sistemas económicos nacionales e internacionales actuales no podrían funcionar sin los medios de comunicación. Si se prescindiera de ellos se derrumbarían las estructuras económicas fundamentales, con gran perjuicio para numerosas personas y para la sociedad.

8. Políticos. La comunicación social beneficia a la sociedad, facilitando la participación informada de los ciudadanos en los procesos políticos. Los medios de comunicación unen a la gente en la búsqueda de propósitos y objetivos comunes, ayudándoles así a formar y apoyar auténticas comunidades políticas.

Los medios de comunicación son indispensables en las sociedades democráticas actuales. Proporcionan información sobre cuestiones y hechos, sobre funcionarios y candidatos a cargos públicos. Permiten que los líderes se comuniquen rápida y directamente con el público sobre asuntos urgentes. Son importantes instrumentos de responsabilidad, llamando la atención sobre la incompetencia, la corrupción y los abusos de confianza, a la vez que ponen de relieve los casos de competencia, espíritu cívico y cumplimiento del deber.

9. Culturales. Los medios de comunicación social facilitan el acceso de la gente a la literatura, al teatro, a la música y al arte, que de otro modo serían inasequibles para ella, y promueven así un desarrollo humano respetuoso del conocimiento, la sabiduría y la belleza.

No hablamos sólo de representaciones de obras clásicas y de los frutos de la erudición, sino también de espectáculos populares sanos y de información útil que reúne a las familias, ayuda a la gente a resolver los problemas diarios, eleva el espíritu de las personas enfermas, solas y ancianas, y alivia el tedio de la vida.

Los medios de comunicación también hacen posible que los grupos étnicos se estimen y celebren sus tradiciones culturales, compartiéndolas con los demás y transmitiéndolas a las nuevas generaciones. En particular introducen a los niños y a los jóvenes en su patrimonio cultural. Los comunicadores, como los artistas, sirven al bien común preservando y enriqueciendo el patrimonio cultural de las naciones y los pueblos (cf. Juan Pablo II, Carta a los artistas, 4).

10. Educativos. Los medios de comunicación son importantes instrumentos de educación en diferentes ámbitos, desde la escuela hasta el lugar de trabajo, y en muchas etapas de la vida. Los niños que son iniciados en los rudimentos de la lectura y las matemáticas; los jóvenes que procuran realizar su formación vocacional o quieren conseguir títulos de estudio; y los ancianos que quieren aprender nuevas cosas en sus últimos años: éstos, como muchos otros, gracias a los medios de comunicación, tienen acceso a un rico y creciente tesoro de recursos educativos.

Los medios de comunicación son instrumentos educativos normales en muchas aulas. Y, más allá de las paredes del aula, los medios de comunicación, incluida Internet, superan las barreras de la distancia y el aislamiento, ofreciendo la oportunidad de aprender a pobladores de áreas remotas, a los religiosos en conventos, a las personas obligadas a permanecer en su hogar, a los detenidos, y a muchos otros.

11. Religiosos. La vida religiosa de mucha gente se enriquece mucho gracias a los medios de comunicación, que transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso, y sirven como vehículos para la evangelización y la catequesis. Diariamente proporcionan inspiración, aliento y oportunidades de participar en funciones litúrgicas a personas obligadas a permanecer en sus hogares o en instituciones.

A veces los medios de comunicación también contribuyen de un modo extraordinario al enriquecimiento espiritual de las personas. Por ejemplo, es incontable en todo el mundo el número de personas que ven y, en cierto sentido, participan en importantes acontecimientos de la vida de la Iglesia televisados regularmente por satélite desde Roma. Y a lo largo de los años los medios de comunicación han llevado las palabras y las imágenes de las visitas pastorales del Santo Padre a miles de millones de personas.

12. En todos estos ámbitos —económico, político, cultural, educativo y religioso—, y en otros más, los medios de comunicación pueden usarse para construir y apoyar a la comunidad humana. En efecto, toda comunicación debe estar abierta a la comunión entre las personas.

« Para llegar a ser verdaderamente hermanos y hermanas es necesario conocerse. Para conocerse es muy importante comunicarse cada vez de forma más amplia y profunda » (Congregación para los Institutos de Vida Consagrada y las Sociedades de Vida Apostólica,

Vida fraterna en comunidad, 29). La comunicación que sirve genuinamente a la comunidad « lleva consigo algo más que la sola manifestación de ideas o expresión de sentimientos. Según su más íntima naturaleza es una entrega de sí mismo por amor » (Communio et progressio, 11: L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 3).

Este tipo de comunicación busca el bienestar y la realización de los miembros de la comunidad dentro del respeto al bien común de todos. Pero para discernir este bien común se requieren la consulta y el diálogo. Por esta razón, es imprescindible que las partes implicadas en la comunicación social se comprometan en dicho diálogo y acepten la verdad sobre lo que es bueno. De este modo los medios de comunicación pueden cumplir su deber de « atestiguar la verdad sobre la vida, sobre la dignidad humana, sobre el verdadero sentido de nuestra libertad y mutua interdependencia » (Juan Pablo II, Mensaje para la XXXIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1999, n. 2).

III LA COMUNICACIÓN SOCIAL QUE VIOLA EL BIEN DE LA PERSONA

13. Los medios de comunicación también pueden usarse para bloquear a la comunidad y menoscabar el bien integral de las personas alienándolas, marginándolas o aislándolas; arrastrándolas hacia comunidades perversas organizadas alrededor de valores falsos y destructivos; favoreciendo la hostilidad y el conflicto; criticando excesivamente a los demás y creando la mentalidad de «nosotros» contra «ellos»; presentando lo que es soez y degradante con un aspecto atractivo e ignorando o ridiculizando lo que eleva y ennoblece. Pueden difundir noticias falsas y desinformación, favoreciendo la trivialidad y la banalidad. Los tópicos —basados en la raza y en la pertenencia étnica, en el sexo, en la edad y en otros factores, incluyendo la religión— son tristemente comunes en los medios de comunicación. Además, con frecuencia la comunicación social descuida lo que es auténticamente nuevo e importante, incluyendo la Buena Nueva del Evangelio, y se concentra en lo que está de moda o en lo excéntrico.

Existen abusos en cada una de las áreas que acabamos de mencionar.

14. Económicos. Los medios de comunicación se usan a veces para construir y apoyar sistemas económicos que sirven a la codicia y a la avaricia. El neoliberalismo es un caso típico: « Haciendo referencia a una concepción economicista del hombre, considera las ganancias y las leyes del mercado como parámetros absolutos, en detrimento de la dignidad y del respeto de las personas y los pueblos » (Juan Pablo II, Ecclesia in America, 56). En dichas circunstancias, los medios de comunicación, que deben beneficiar a todos, son explotados en provecho de unos pocos.

El proceso de globalización « puede crear oportunidades extraordinarias de mayor bienestar » (Centesimus annus, 58); pero con él, e incluso como parte de él, algunas naciones y pueblos sufren la explotación y la marginación, quedándose cada vez más atrás en la lucha por el desarrollo. Estas bolsas de miseria cada vez más amplias en medio de la abundancia son semilleros de envidia, resentimiento, tensión y conflicto. Esto subraya la necesidad de «

adecuados órganos internacionales de control y de guía válidos, que orienten la economía misma hacia el bien común » (Centesimus annus, 58).

Frente a graves injusticias, no basta que los comunicadores digan simplemente que su trabajo consiste en referir las cosas tal como son. Eso es indudablemente su tarea. Pero algunos casos de sufrimiento humano son en gran parte ignorados por los medios de comunicación, mientras informan acerca de otros; y en la medida en que esto refleja una decisión de los comunicadores, también refleja una selectividad inadmisibles. De forma más fundamental aún, las estructuras y las políticas de comunicación y la distribución de tecnología son factores que hacen que algunas personas sean « ricas en información » y otras « pobres en información », en una época en que la prosperidad, e incluso la supervivencia, depende de la información.

Por tanto, de este modo los medios de comunicación a menudo contribuyen a las injusticias y desequilibrios que causan el sufrimiento sobre el que informan: « Hay que romper las barreras y los monopolios que colocan a tantos pueblos al margen del desarrollo, y asegurar a todos —individuos y naciones— las condiciones básicas que les permitan participar en dicho desarrollo » (Centesimus annus, 35). La tecnología de las comunicaciones y la información, junto con la formación para su uso, es una de esas condiciones básicas.

15. Políticos. Los políticos sin escrúpulos usan los medios de comunicación para la demagogia y el engaño, apoyando políticas injustas y regímenes opresivos. Ridiculizan a sus adversarios y sistemáticamente distorsionan y anulan la verdad por medio de la propaganda y de planteamientos falsamente tranquilizadores. En este caso, más que unir a las personas, los medios de comunicación sirven para separarlas, creando tensiones y sospechas que constituyen gérmenes de nuevos conflictos.

Incluso en países con sistemas democráticos, también es frecuente que los líderes políticos manipulen la opinión pública a través de los medios de comunicación, en vez de promover una participación informada en los procesos políticos. Se observan los convencionalismos de la democracia, pero ciertas técnicas copiadas de la publicidad y de las relaciones públicas se despliegan en nombre de políticas que explotan a grupos particulares y violan los derechos fundamentales, incluso el derecho a la vida (cf. Juan Pablo II, *Evangelium vitae*, 70).

A menudo, también los medios de comunicación difunden el relativismo ético y el utilitarismo, que caracterizan la actual cultura de la muerte. Participan en la contemporánea « conjura contra la vida », « creando en la opinión pública una cultura que presenta el recurso a la anticoncepción, la esterilización, el aborto y la misma eutanasia como un signo de progreso y conquista de libertad, mientras muestran como enemigas de la libertad y del progreso las posiciones incondicionales a favor de la vida » (*Evangelium vitae*, 17).

16. Culturales. La crítica condena con frecuencia la superficialidad y el mal gusto de los medios de comunicación que, sin estar obligados a la estrechez de miras o la uniformidad, no deberían tampoco caer en la vulgaridad o la degradación. No sirve de excusa afirmar que los medios de comunicación social reflejan las costumbres populares, dado que también

ejercen una poderosa influencia sobre esas costumbres, y, por ello, tienen el grave deber de elevarlas y no degradarlas.

El problema presenta diversos aspectos. Uno de ellos se refiere a los temas complejos, cuando en vez de ser presentados con esmero y veracidad, los noticiarios los evitan o los simplifican excesivamente. Otro serían los programas de entretenimiento de tipo corruptor y deshumanizante, que incluyen y explotan temas relacionados con la sexualidad y la violencia. Es una grave irresponsabilidad ignorar o disimular el hecho de que « la pornografía y la violencia sádica deprecian la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, explotan a los individuos —especialmente a las mujeres y a los niños—, destruyen el matrimonio y la vida familiar, inspiran actitudes antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad » (Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales: una respuesta pastoral, 10).

En el ámbito internacional, el dominio cultural impuesto a través de los medios de comunicación social también constituye un problema cada vez más serio. En algunos lugares las expresiones de la cultura tradicional están virtualmente excluidas del acceso a los medios populares de comunicación y corren el riesgo de desaparecer; mientras tanto, los valores de las sociedades ricas y secularizadas suplantán cada vez más los valores tradicionales de las sociedades menos ricas y poderosas. Teniendo esto en cuenta, habría que prestar particular atención a los niños y jóvenes, proporcionándoles programas que les permitan tener un contacto vivo con su herencia cultural.

Es de desear que la comunicación se haga según modelos culturales. Las sociedades pueden y deben aprender unas de otras. Pero la comunicación transcultural no debería realizarse en detrimento de las más débiles. Hoy « incluso las culturas menos extendidas no están aisladas. Se benefician de intercambios cada vez mayores, y al mismo tiempo sufren presiones ejercidas por una fuerte corriente uniformadora » (Para una pastoral de la cultura, 33). El hecho de que un gran número de informaciones fluya actualmente en una única dirección —desde las naciones desarrolladas hacia las naciones en vías de desarrollo y pobres— plantea serias cuestiones éticas. ¿Los ricos no tienen nada que aprender de los pobres? ¿Los potentes son sordos a la voz de los débiles?

17. Educativos. En lugar de promover la enseñanza, los medios de comunicación pueden distraer a la gente y llevarla a perder el tiempo. De este modo, los más perjudicados son los niños y los jóvenes, pero los adultos también sufren esa influencia de programas banales e inútiles. Una de las causas de este abuso de confianza por parte de los comunicadores es la avidez, que pone el lucro por encima de las personas.

De igual modo, los medios de comunicación se usan en algunas ocasiones como instrumentos de adoctrinamiento, con la intención de controlar lo que la gente sabe y negarle el acceso a la información que las autoridades no quieren que tenga. Ésta es una perversión de la educación auténtica, que se esfuerza por ampliar el conocimiento y la capacidad de las personas y ayudarles a perseguir propósitos elevados, sin limitar sus horizontes y sin aprovechar sus energías al servicio de ideologías.

18. Religiosos. En la relación entre los medios de comunicación social y la religión existen tentaciones por ambas partes.

Entre las tentaciones de los medios de comunicación están el ignorar o marginar las ideas y las experiencias religiosas; tratar a la religión con incompreensión, quizá hasta con desprecio, como un objeto de curiosidad que no merece una atención seria; promover las modas religiosas con menoscabo de la fe tradicional; tratar a los grupos religiosos legítimos con hostilidad; valorar la religión y la experiencia religiosa según criterios mundanos de lo que debe ser; preferir las concepciones religiosas que corresponden a los gustos seculares a las que no corresponden; y tratar de encerrar la trascendencia dentro de los confines del racionalismo y el escepticismo. Los actuales medios de comunicación reflejan la situación posmoderna del espíritu humano, encerrado « dentro de los límites de su propia inmanencia, sin ninguna referencia a lo trascendente » (Fides et ratio, 81).

Por su parte, la religión puede tener tentaciones como formarse un juicio exclusivamente crítico y negativo de los medios de comunicación; no comprender que los criterios razonables de un buen uso de los medios de comunicación, como son la objetividad y la imparcialidad, pueden excluir un trato especial para los intereses institucionales de la religión; presentar los mensajes religiosos con un estilo emotivo y manipulado, como si fueran productos que compiten en un mercado saturado; usar los medios de comunicación como instrumentos para el control y el dominio; practicar innecesariamente el secreto, por lo demás pecando contra la verdad; minimizar la exigencia evangélica de conversión, arrepentimiento y cambio de vida, sustituyéndola con una religiosidad tibia que pide poco a la gente; e impulsar el integrismo, el fanatismo y el exclusivismo religioso, que fomentan el desprecio y la hostilidad hacia los demás.

19. En síntesis, los medios de comunicación pueden usarse para el bien o para el mal; es cuestión de elegir. « No conviene olvidar que la comunicación a través de los medios de comunicación social no es un ejercicio práctico dirigido sólo a motivar, persuadir o vender. Mucho menos, un vehículo para la ideología. Los medios de comunicación pueden a veces reducir a los seres humanos a simples unidades de consumo, o a grupos rivales de interés; también pueden manipular a los espectadores, lectores y oyentes, considerándolos meras cifras de las que se obtienen ventajas, sea en venta de productos sea en apoyo político. Y todo ello destruye la comunidad. La tarea de la comunicación es unir a las personas y enriquecer su vida, no aislarlas ni explotarlas. Los medios de comunicación social, usados correctamente, pueden ayudar a crear y apoyar una comunidad humana basada en la justicia y la caridad; y, en la medida en que lo hagan, serán signos de esperanza » (Juan Pablo II, Mensaje para la XXXII Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1998, n. 4).

IV ALGUNOS PRINCIPIOS ÉTICOS IMPORTANTES

20. Los principios y las normas éticas importantes en otros campos se aplican también a la comunicación social. Se pueden aplicar siempre los principios de la ética social, como la solidaridad, la subsidiariedad, la justicia, la equidad y la responsabilidad en el uso de los recursos públicos y en el cumplimiento de funciones de responsabilidad pública. La

comunicación debe ser siempre veraz, puesto que la verdad es esencial a la libertad individual y a la comunión auténtica entre las personas.

La ética en la comunicación social no sólo concierne a lo que aparece en las pantallas de cine y de televisión, en las transmisiones radiofónicas, en las páginas impresas o en Internet, sino implica también muchos otros aspectos. La dimensión ética no sólo atañe al contenido de la comunicación (el mensaje) y al proceso de comunicación (cómo se realiza la comunicación), sino también a cuestiones fundamentales, estructurales y sistemáticas, que a menudo incluyen múltiples asuntos de política acerca de la distribución de tecnología y productos de alta calidad (¿quién será rico y quién pobre en información?). Estas cuestiones remiten a otras, con implicaciones económicas y políticas para la propiedad y el control. Por lo menos en las sociedades abiertas con economías de mercado, el problema ético de todos puede ser cómo armonizar beneficio con servicio de interés público, entendido según una concepción integral del bien común.

Incluso a las personas de buena voluntad no siempre les resulta evidente cómo aplicar los principios éticos y las normas a los casos particulares; hacen falta reflexión, discusión y diálogo. Ofrecemos las siguientes consideraciones con la esperanza de alentar esta reflexión y este diálogo entre los responsables de la política de la comunicación, los comunicadores profesionales, los expertos en ética, los moralistas, los usuarios de la comunicación y demás personas implicadas.

21. En estas tres áreas —mensaje, proceso y cuestiones estructurales y sistemáticas— el principio ético fundamental consiste en que la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de personas a personas, con vistas al desarrollo integral de las mismas.

El desarrollo integral requiere que exista una cantidad suficiente de bienes materiales y productos, pero también exige atención al « parámetro interior » (Juan Pablo II, *Sollicitudo rei socialis*, 29; cf. 46). Cada uno debe tener la oportunidad de crecer y florecer con respecto a la amplia gama de los bienes físicos, intelectuales, afectivos, morales y espirituales. Las personas tienen una dignidad y una importancia irreducibles, y jamás pueden ser sacrificadas en aras de intereses colectivos.

22. El segundo principio es complementario del primero: el bien de las personas no puede realizarse independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen. Este bien común debería entenderse de modo íntegro, como la suma total de nobles propósitos compartidos en cuya búsqueda se comprometen todos los miembros de la comunidad, y para cuyo servicio existe la misma comunidad.

Así, mientras la comunicación social se ocupa —y es natural— de las necesidades e intereses de grupos particulares, no debería hacerlo de manera que enfrente a un grupo contra otro: por ejemplo, en nombre de la lucha de clases, del nacionalismo exagerado, de la supremacía racial, de la limpieza étnica u otros temas similares. La virtud de la solidaridad, que es « la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común » (*Sollicitudo rei socialis*, 38), debería gobernar todas las áreas de la vida social, económica, política, cultural y religiosa.

Los comunicadores y los responsables de la política de la comunicación deben servir a las necesidades y a los intereses reales, tanto de las personas como de los grupos, en todos los niveles y de todos los modos. Urge la equidad en el ámbito internacional, donde la mala distribución de los bienes materiales entre el Norte y el Sur se ha agravado a causa de la mala distribución de los recursos de la comunicación y de la tecnología de la información, de los que dependen en gran medida la productividad y la prosperidad. Problemas análogos existen también en los países ricos, « donde la transformación incesante de los modos de producción y de consumo devalúa ciertos conocimientos ya adquiridos y profesionalidades consolidadas » y « los que no logran ir al compás de los tiempos pueden quedar fácilmente marginados » (Centesimus annus, 33).

Es evidente, por tanto, la necesidad de una amplia participación en la toma de decisiones no sólo acerca de los mensajes y los procesos de comunicación social, sino también acerca de las cuestiones sistemáticas y la distribución de los recursos. Los responsables de las decisiones tienen el serio deber moral de reconocer las necesidades y los intereses de quienes son particularmente vulnerables —los pobres, los ancianos, los hijos por nacer, los niños y los jóvenes, los oprimidos y los marginados, las mujeres y las minorías, los enfermos y los minusválidos—, así como las necesidades e intereses de las familias y los grupos religiosos. Hoy más que nunca la comunidad internacional y los intereses de las comunicaciones internacionales deberían tener una actitud más generosa y abierta con respecto a las naciones y las regiones donde aquello que los medios de comunicación hacen o dejan de hacer, los hace partícipes de la vergonzosa persistencia de males como la pobreza, el analfabetismo, la represión política, la violación de los derechos humanos, los conflictos entre grupos y entre religiones, y la supresión de las culturas indígenas.

23. Aun así, seguimos creyendo que « la solución de los problemas nacidos de esta comercialización y de esta privatización no reglamentadas no siempre reside en un control del Estado sobre los medios de comunicación, sino en una reglamentación más importante, conforme a las normas del servicio público, así como en una responsabilidad pública mayor. Hay que destacar, a este respecto, que si los cauces jurídicos y políticos en los que funcionan los medios de comunicación de ciertos países están actualmente en franca mejora, hay otros lugares en los que la intervención gubernamental es un instrumento de opresión y de exclusión » (Aetatis novae, 5).

Hay que estar siempre a favor de la libertad de expresión, porque « cuantas veces los hombres, según su natural inclinación, intercambian sus conocimientos o manifiestan sus opiniones, están usando de un derecho que les es propio, y a la vez ejerciendo una función social » (Communio et progressio, 45: L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 5). Sin embargo, considerada desde una perspectiva ética, esta presunción no es una norma absoluta e irrevocable. Se dan casos obvios en los que no existe ningún derecho a comunicar, por ejemplo el de la difamación y la calumnia, el de los mensajes que pretenden fomentar el odio y el conflicto entre las personas y los grupos, la obscenidad y la pornografía, y las descripciones morbosas de la violencia. Es evidente también que la libre expresión debería atenerse siempre a principios como la verdad, la honradez y el respeto a la vida privada.

Los comunicadores profesionales deberían participar activamente en la elaboración y aplicación de códigos éticos de comportamiento para su profesión, en colaboración con representantes públicos. Los organismos religiosos y otros grupos también deben participar en este esfuerzo continuo.

24. Otro principio importante, ya mencionado, concierne a la participación pública en la elaboración de decisiones sobre la política de las comunicaciones. En todos los niveles, esta participación debería ser organizada, sistemática y auténticamente representativa, sin desviarse en favor de grupos particulares. Este principio se aplica siempre y, tal vez de manera especial, cuando los medios de comunicación son de propiedad privada y operan con fines de lucro.

En el interés de la participación pública, los comunicadores « deben tratar de comunicarse con la gente, no sólo de hablarle. Eso implica conocer las necesidades de la gente, ser consciente de sus luchas y presentar todas las formas de comunicación con la sensibilidad que la dignidad humana exige » (Juan Pablo II, Discurso a los especialistas en comunicación, Los Ángeles, 15 de septiembre de 1987, n. 4; L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 18 de octubre de 1987, p. 12).

Se suele considerar que la circulación, los índices de audiencia y las taquillas, junto con el análisis de mercado, son los mejores indicadores del sentimiento público; de hecho, son los únicos necesarios para que funcione la ley del mercado. No cabe duda de que la voz del mercado puede oírse de esas maneras. Pero las decisiones sobre los contenidos y la política de los medios de comunicación no deberían depender sólo del mercado y de factores económicos —los beneficios—, puesto que éstos no contribuyen a salvaguardar el interés público en su integridad ni tampoco los legítimos intereses de las minorías.

Hasta cierto punto, puede responderse a esta objeción con el concepto de « nicho », según el cual los periódicos, los programas, las emisoras y los canales particulares se dirigen a audiencias particulares. Este enfoque es legítimo, en cierto sentido. Pero la diversificación y la especialización, que organizan los medios de comunicación para corresponder a las audiencias divididas en unidades cada vez más pequeñas basadas en gran parte en factores económicos y en modelos de consumo, no deberían llegar tan lejos. Los medios de comunicación social deben seguir siendo un « areópago » (cf. Redemptoris missio, 37), un foro para el intercambio de ideas e información en el que participan personas y grupos, fomentando la solidaridad y la paz. En particular, Internet despierta preocupación con respecto a « las consecuencias radicalmente nuevas que entraña: pérdida del "peso específico" de la información, reducción de los mensajes a pura información, ausencia de reacciones pertinentes a los mensajes de la red por parte de personas responsables, efecto disuasorio en cuanto a las relaciones interpersonales » (Para una pastoral de la cultura, 9).

25. Los comunicadores profesionales no son los únicos que tienen deberes éticos. También las audiencias —los usuarios— tienen obligaciones. Los comunicadores que se esfuerzan por afrontar sus responsabilidades merecen a su vez audiencias conscientes de las propias.

El primer deber de los usuarios de la comunicación social consiste en discernir y seleccionar. Deberían informarse acerca de los medios de comunicación —sus estructuras,

su modo de actuar y sus contenidos— y hacer opciones responsables, de acuerdo con sólidos criterios éticos, sobre lo que conviene leer, ver o escuchar. Hoy todos necesitan alguna forma de formación permanente acerca de los medios de comunicación, sea mediante el estudio personal, sea mediante la participación en un programa organizado, sea con ambos. La educación en el uso de los medios de comunicación, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos, que constituyen un aspecto de la formación de la conciencia.

A través de sus escuelas y de sus programas de formación, la Iglesia debería proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación social (cf. *Aetatis novae*, 28; *Communio et progressio*, 107). Las siguientes palabras, dirigidas originalmente a los institutos de vida consagrada, tienen una aplicación más amplia: « La comunidad, consciente del influjo de los medios de comunicación, se educa para utilizarlos en orden al crecimiento personal y comunitario con la claridad evangélica y la libertad interior de quien ha aprendido a conocer a Cristo (cf. Ga 4,17-23). En efecto, esos medios proponen, y con frecuencia imponen, una mentalidad y un modelo de vida que debe ser confrontado continuamente con el Evangelio. A este propósito desde muchos lugares se pide una profunda formación para la recepción y el uso crítico y fecundo de esos medios » (*Congregación para los institutos de vida consagrada y las sociedades de vida apostólica, Vida fraterna en comunidad*, 34).

De igual modo, los padres tienen el serio deber de ayudar a sus hijos a aprender a valorar y usar los medios de comunicación, formando correctamente su conciencia y desarrollando sus facultades críticas (cf. Juan Pablo II, *Familiaris consortio*, 76). Por el bien de sus hijos, y por el suyo, los padres deben aprender y poner en práctica su capacidad de discernimiento como telespectadores, oyentes y lectores, dando ejemplo en sus hogares de un uso prudente de los medios de comunicación. De acuerdo con la edad y las circunstancias, los niños y los jóvenes deberían ser introducidos en la formación respecto a los medios de comunicación, evitando el camino fácil de la pasividad carente de espíritu crítico, la presión de sus coetáneos y la explotación comercial. Puede ser útil a las familias —padres e hijos juntos— reunirse en grupos para estudiar y discutir los problemas y las ventajas que plantea la comunicación social.

26. Además de promover la educación en el uso de los medios de comunicación, las instituciones, las organizaciones y los programas de la Iglesia tienen otras importantes responsabilidades en lo que atañe a la comunicación social. En primer lugar, y sobre todo, el ejercicio de la comunicación por parte de la Iglesia debería ser ejemplar, reflejando los elevados modelos de verdad, responsabilidad y sensibilidad con respecto a los derechos humanos, así como otros importantes principios y normas. Además de esto, los medios de comunicación de la Iglesia deberían esforzarse por comunicar la plenitud de la verdad acerca del significado de la vida humana y de la historia, especialmente como está contenida en la palabra de Dios revelada y expresada por la enseñanza del Magisterio. Los pastores deberían estimular el uso de los medios de comunicación social para difundir el Evangelio (cf. Código de derecho canónico, can. 822, § 1).

Quienes representan a la Iglesia deben ser honrados e íntegros en sus relaciones con los periodistas. Aun cuando « sus preguntas provocan algunas veces perplejidad y desencanto,

sobre todo cuando corresponden poco al contenido fundamental del mensaje que debemos transmitir », debemos tener presente que « esos interrogantes desconcertantes coinciden con los de la mayor parte de nuestros contemporáneos » (Para una pastoral de la cultura, 34). Si la Iglesia quiere hablar de modo creíble a la gente de hoy, quienes hablan en su nombre tienen que dar respuestas creíbles y verdaderas a esas preguntas aparentemente incómodas.

Los católicos, como los demás ciudadanos, tienen el derecho a expresarse libremente y por ello también el de acceder a los medios de comunicación para este fin. El derecho de expresión incluye la posibilidad de manifestar opiniones acerca del bien de la Iglesia, con el debido respeto a la integridad de la fe y la moral, respeto a los pastores, y consideración por el bien común y la dignidad de las personas (cf. Código de derecho canónico, c. 212, § 3; c. 227). Sin embargo, nadie tiene derecho a hablar en nombre de la Iglesia, ni a implicarla en lo que haga, sin haber sido designado expresamente; y las opiniones personales no deberían presentarse como enseñanza de la Iglesia (cf. *ib.*, c. 227).

Sería un gran bien para la Iglesia que un mayor número de personas que tienen cargos y cumplen funciones en su nombre se formaran en el uso de los medios de comunicación. Esto no vale solamente para los seminaristas, para miembros de comunidades religiosas en período de formación y para los jóvenes laicos católicos; vale para todo el personal de la Iglesia. Si los medios de comunicación son « neutrales, abiertos y honrados », ofrecen a los cristianos bien preparados « un papel misionero de primer plano », y es importante que éstos estén « bien formados y se les apoye » (Para una pastoral de la cultura, 34). Los pastores también deberían ofrecer a sus fieles orientación acerca de los medios de comunicación y de sus mensajes, a veces discordantes e incluso destructivos (cf. Código de derecho canónico, c. 822, § 2 y 3).

Una consideración análoga es válida también respecto a la comunicación interna en la Iglesia. Un flujo recíproco de información y puntos de vista entre los pastores y los fieles, una libertad de expresión que tenga en cuenta el bien de la comunidad y el papel del Magisterio al promoverla, y una opinión pública responsable, son expresiones importantes del « derecho fundamental al diálogo y a la información en el seno de la Iglesia » (*Aetatis novae*, 10; cf. *Communio et progressio*, 20).

El derecho de expresión debe ejercerse con deferencia a la verdad revelada y a la enseñanza de la Iglesia, y respetando los derechos eclesiales de los demás (cf. Código de derecho canónico, c. 212, § 1, 2 y 3; c. 220). Como sucede en otras comunidades e instituciones, a veces la Iglesia necesita —y en ocasiones tiene el deber— de practicar la reserva y la discreción. Pero no debería hacerlo con miras a la manipulación y al control. Dentro de la comunión de fe, quienes « poseen la sagrada potestad están al servicio de sus hermanos para que todos los que son miembros del pueblo de Dios y tienen, por tanto, la verdadera dignidad de cristianos, aspirando al mismo fin, en libertad y orden, lleguen a la salvación » (*Lumen gentium*, 18). La práctica correcta de la comunicación es uno de los modos de realizar esta concepción.

V CONCLUSIÓN

27. Al comenzar el tercer milenio de la era cristiana, la humanidad está creando una red global de transmisión instantánea de información, de ideas y de juicios de valor en la ciencia, el comercio, la educación, el entretenimiento, la política, el arte, la religión, y en todos los demás campos.

Esta red ya es accesible directamente a muchas personas en sus hogares, en las escuelas y en los lugares de trabajo, es decir, prácticamente dondequiera que se encuentren. Es común ver en tiempo real acontecimientos, desde deportes hasta guerras, que suceden en el otro extremo del planeta. La gente puede entrar directamente en contacto con una infinidad de datos que hasta hace poco no estaban siquiera al alcance de especialistas y estudiantes. Una persona puede ascender a las alturas del genio humano y de la virtud, o caer en el abismo de la degradación mientras está sentada sola ante un teclado o una pantalla. La tecnología de la comunicación logra constantemente nuevos avances, con enormes potencialidades para el bien y para el mal. Al mismo tiempo que aumenta la interactividad, se desdibuja la distinción entre comunicadores y usuarios. Se necesita una investigación continua sobre el impacto y, en especial, sobre las implicaciones éticas de los medios de comunicación, tanto nuevos como emergentes.

28. Pero, a pesar de su inmenso poder, los medios de comunicación son y seguirán siendo sólo medios, es decir, instrumentos, herramientas disponibles tanto para un uso bueno como para uno malo. A nosotros corresponde elegir. Los medios de comunicación no exigen una nueva ética; lo que exigen es la aplicación de principios ya establecidos a las nuevas circunstancias. Y ésta es la tarea en la que todos tienen un papel que desempeñar. La ética en los medios de comunicación no sólo es tarea de especialistas en comunicación social o en filosofía moral; la reflexión y el diálogo que este documento pretende impulsar y fomentar deben alcanzar horizontes más amplios y globales.

29. La comunicación social puede unir a las personas en comunidades presididas por la simpatía y los intereses comunes. ¿Estarán dichas comunidades basadas en la justicia, la decencia y el respeto de los derechos humanos? ¿Se comprometerán en favor del bien común? ¿O, por el contrario, serán egoístas e introvertidas, buscando el beneficio de grupos particulares —económicos, raciales, políticos e incluso religiosos— a expensas de los demás? ¿Servirá la nueva tecnología a todas las naciones y a todos los pueblos, respetando las tradiciones culturales de cada uno, o será un instrumento para aumentar la riqueza de los ricos y el poder de los poderosos? Corresponde a nosotros elegir.

Los medios de comunicación también pueden usarse para separar y aislar. La tecnología permite cada vez más a la gente reunir informaciones y servicios elaborados exclusivamente para ella. Eso supone ventajas reales, pero plantea una cuestión inevitable: ¿será la audiencia del futuro una multitud de audiencias de una sola persona? La nueva tecnología, a la vez que puede aumentar la autonomía individual, tiene otras implicaciones menos positivas. El « web » del futuro, en lugar de ser una comunidad global, ¿podría convertirse en una vasta y fragmentada red de personas aisladas —abejas humanas en sus celdas—, que interactúan con datos y no directamente unos con otros? ¿Qué sería de la solidaridad, o qué sería del amor, en un mundo como ese?

Aún en el mejor de los casos la comunicación humana tiene serias limitaciones; es más o menos imperfecta y corre el riesgo de fracasar. A las personas les resulta difícil comunicarse siempre unas con otras honradamente, de un modo que no haga daño y sirva lo mejor posible a los intereses de todos. Además, en el mundo de los medios de comunicación, las dificultades inherentes a ella a menudo son acrecentadas por la ideología, por el afán de lucro y control político, por rivalidades y conflictos entre grupos, y por otros males sociales. Los actuales medios de comunicación aumentan mucho el alcance de la comunicación social, su cantidad, su velocidad; pero no hacen menos frágil ni menos susceptible de fracasar la disposición humana a comunicarse de mente a mente, de corazón a corazón.

30. Como hemos dicho, la contribución especial que la Iglesia ofrece al debate en este campo consiste en una visión de la persona humana, de su incomparable dignidad y de sus derechos inviolables, y en una visión de la comunidad humana cuyos miembros están unidos en virtud de la solidaridad con vistas al bien común de todos. La necesidad de estos dos conceptos es especialmente urgente « cuando se está obligado a constatar el carácter parcial de propuestas que elevan lo efímero al rango de valor, creando ilusiones sobre la posibilidad de alcanzar el verdadero sentido de la existencia »; al faltar esas visiones, « muchos llevan una vida casi hasta el límite de la ruina, sin saber bien lo que les espera » (Fides et ratio, 6).

Ante esta crisis, la Iglesia se presenta como « experta en humanidad », cuya experiencia « la mueve a extender necesariamente su misión religiosa a los diversos campos » del comportamiento humano (Sollicitudo rei socialis, 41; cf. Pablo VI, Populorum progressio, 13). No puede conservar exclusivamente para sí misma la verdad sobre la persona humana y sobre la comunidad humana; al contrario, debe compartirla abiertamente, siempre consciente de que la gente puede responder en forma negativa a la verdad, y también a ella misma.

La Iglesia, al tratar de fomentar y apoyar elevados modelos éticos en el uso de los medios de comunicación social, busca el diálogo y la colaboración con los demás: con los funcionarios públicos, que tienen el deber particular de proteger y promover el bien común de la comunidad política; con los hombres y mujeres del mundo de la cultura y las artes; con estudiosos y profesores comprometidos en la formación de los comunicadores y los oyentes futuros; con los miembros de las demás Iglesias y grupos religiosos que comparten su deseo de que los medios de comunicación se usen para la gloria de Dios y el servicio al género humano (cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Criterios para la cooperación ecuménica e interreligiosa en las comunicaciones); y, en especial, con los comunicadores profesionales: escritores, directores, reporteros, corresponsales, actores, productores y personal técnico, así como con los propietarios, los administradores y los responsables de la política en este campo.

31. A pesar de sus limitaciones, la comunicación humana encierra en sí algo de la actividad creadora de Dios. « El Artista divino, con amorosa condescendencia, transmite al artista humano » —y, podríamos añadir, también a los comunicadores— « un destello de su sabiduría trascendente, llamándolo a compartir su potencia creadora »; si llegan a

comprender esto, los artistas y los comunicadores « pueden comprenderse a fondo a sí mismos, y su propia vocación y misión » (Juan Pablo II, Carta a los artistas, 1).

El comunicador cristiano en particular tiene una tarea, una vocación profética: clamar contra los falsos dioses e ídolos de nuestro tiempo —el materialismo, el hedonismo, el consumismo, el nacionalismo extremo y otros—, ofreciendo a todos un cuerpo de verdades morales basadas en la dignidad y los derechos humanos, la opción preferencial por los pobres, el destino universal de los bienes, el amor a los enemigos y el respeto incondicional a toda vida humana, desde la concepción hasta la muerte natural; y buscando la realización más perfecta del Reino en este mundo, conscientes de que, al final de los tiempos, Jesús restablecerá todas las cosas y las restituirá al Padre (cf. 1 Co 15, 24).

32. Para concluir, dado que estas reflexiones se dirigen a todas las personas de buena voluntad, y no sólo a los católicos, conviene hablar de Jesús como modelo para los comunicadores. « En estos últimos tiempos » Dios Padre « nos ha hablado por medio del Hijo » (Hb 1,2); y este Hijo nos comunica ahora y siempre el amor del Padre y el sentido último de nuestra vida.

« El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto comunicador. Por la encarnación se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar, ya que lo hacía desde su misma situación y condición » (Communio et progressio, 11: L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 6 de junio de 1971, p. 3).

Durante la vida pública de Jesús las muchedumbres se reunían para escuchar su predicación y su enseñanza (cf. Mt 8,1.18; Mc 2,2; 4,1; Lc 5,1, etc.); él enseñaba « como quien tiene autoridad » (Mt 7,29; cf. Mc 1,22; Lc 4,32). Les hablaba del Padre y, al mismo tiempo, los dirigía hacia sí mismo, explicando: « Yo soy el camino, la verdad y la vida » (Jn 14,6) y « el que me ha visto a mí, ha visto al Padre » (Jn 14,9). No perdió tiempo en discursos insustanciales o justificándose a sí mismo, ni siquiera cuando fue acusado y condenado (cf. Mt 26,63; 27,12-14; Mc 15,5; 15,61), pues su « alimento » era hacer la voluntad del Padre que lo había enviado (cf. Jn 4,34); y todo lo que decía y hacía guardaba relación con esa voluntad.

A menudo la enseñanza de Jesús adoptaba la forma de parábolas y relatos coloridos que expresaban profundas verdades con las palabras sencillas que se usaban a diario. No sólo sus palabras, sino también sus obras, especialmente sus milagros, eran actos de comunicación, que revelaban su identidad y manifestaban el poder de Dios (cf. Evangelii nuntiandi, 12). En sus comunicaciones mostraba respeto por sus oyentes, solicitud por su situación y sus necesidades, compasión por su sufrimiento (por ejemplo, véase Lc 7,13), y firme determinación de decirles lo que necesitaban oír, de un modo que debía atraer poderosamente su atención y ayudarles a recibir el mensaje, sin coerción ni componendas, sin engaño ni manipulación. Invitaba a los demás a abrir su mente y su corazón a él, sabiendo que éste era el modo de llevarles hacia él y hacia su Padre (véase, por ejemplo, Jn 3,1-15; 4,7-26).

Jesús enseñaba que la comunicación es un acto moral: « De lo que rebosa el corazón habla la boca. El hombre bueno, del buen tesoro saca cosas buenas; y el hombre malo, del tesoro malo saca cosas malas. Os digo que de toda palabra ociosa que hablen los hombres darán cuenta en el día del juicio. Porque por tus palabras serás declarado justo y por tus palabras serás condenado » (Mt 12,34-37). Criticaba severamente a quienes escandalizaran a los « pequeños », y aseguraba que a quien lo hiciera « era mejor que le pusieran al cuello una piedra y lo echaran al mar » (Mc 9,42; cf. Mt 18,6; Lc 17,2). Era completamente sincero; un hombre de quien se podía decir que « en su boca no se halló engaño »; y también: « al ser insultado, no respondía con insultos; al padecer, no amenazaba, sino que se ponía en manos de aquel que juzga con justicia » (1 P 2,22-23). Insistía en la sinceridad y en la veracidad de los demás, al mismo tiempo que condenaba la hipocresía, la inmoralidad y cualquier forma de comunicación que fuera torcida y perversa: « Sea vuestro lenguaje: "Sí, sí"; "no, no", pues lo que pasa de aquí viene del maligno » (Mt 5,37).

33. Jesús es el modelo y el criterio de nuestra comunicación. Para quienes están implicados en la comunicación social —responsables de la política, comunicadores profesionales, usuarios, sea cual sea el papel que desempeñen— la conclusión es clara: « Por tanto, desechando la mentira, hablad con verdad cada cual con su prójimo, pues somos miembros los unos de los otros. (...) No salga de vuestra boca palabra dañosa, sino la que sea conveniente para edificar según la necesidad y hacer el bien a los que os escuchen » (Ef 4,25.29). Servir a la persona humana, construir una comunidad humana fundada en la solidaridad, en la justicia y en el amor, y decir la verdad sobre la vida humana y su plenitud final en Dios han sido, son y seguirán ocupando el centro de la ética en los medios de comunicación.

Ciudad del Vaticano, 4 de Junio del 2000, Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, Jubileo de los Periodistas.

John P. Foley
Presidente

Pierfranco Pastore
Secretario

CONFERENCIA DE PRENSA DE PRESENTACIÓN DE LA CARTA APOSTÓLICA "EL RÁPIDO DESARROLLO" DEL SUMO PONTÍFICE JUAN PABLO II A LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

(19 de febrero de 2005)

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES

PRENSA PRESENTACIÓN DE CONFERENCIAS CARTA APOSTÓLICA DEL DE SU SANTIDAD JUAN PABLO II "El rápido desarrollo" LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES

Declaración de Su Excelencia el Sr. MONS. John Patrick Foley
Declaración de Su Excelencia el Sr. MONS. Renato Boccardo

Declaración de Su Excelencia el Sr. MONS. John Patrick Foley

Miembro comunicadores,

hace aproximadamente un año, el Santo Padre ha tenido la amabilidad invitó a cenar a nuestro Secretario, el Dr. Angelo Scelzo, el entonces Secretario, SE Obispo Pierfranco Pastor, y yo para hablar - entre otras cosas - el cuadragésimo aniversario de la promulgación del Decreto conciliar sobre las Comunicaciones Sociales, "Inter Mirifica". El Santo Padre se complace en recordar que fue en la Basílica de San Pedro, diciembre 4, 1963, con motivo de la promulgación de ese decreto y la Constitución Apostólica sobre la Sagrada Liturgia "Sacrosanctum Concilium". Recuerdo con placer de estar presente en el momento - como un sacerdote-periodista a escribir artículos sobre el Concilio Vaticano II. Mi ordinaria, Su Excelencia el Sr. El arzobispo John J. Krol, arzobispo de Filadelfia, que fue uno de los cuatro secretarios del Consejo, me había dado un boleto especial para asistir a la ceremonia final de la sesión del Consejo. En 1967 el arzobispo cardenal Krol fue nombrado junto con el entonces arzobispo de Cracovia, Karol Wojtyla.

Antes de la promulgación del "Inter Mirifica", que fue abordado por algunos de mis colegas periodistas que me había pedido que firmara un documento de protesta contra el decreto. Me negué, porque por primera vez un consejo de la Iglesia había abordado específicamente la cuestión de las comunicaciones corporativas, debido a que el decreto de convocatoria para la preparación de la instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales, y porque el

documento había solicitado el establecimiento de un departamento especial del Vaticano estará a cargo de todos los medios de comunicación. Todo esto me pareció como un "verdadero milagro" que apenas merecía una protesta! No podía ni siquiera imaginar que veinte años después de que fue nombrado presidente de su departamento que fue solicitada por el decreto "Inter Mirifica".

El Santo Padre sonrió a mis recuerdos de lo que todavía lo consideran un día histórico y me preguntó si nuestro Consejo se interesó por la publicación de un documento papal sobre las comunicaciones sociales para celebrar - con un ligero retraso - el cuadragésimo aniversario del decreto "Inter Mirifica ". Obviamente, nos alegramos de su interés y estamos muy contentos con el resultado de su decisión.

El documento, "El rápido desarrollo", es una obra maestra de la visión sobre la importancia de los medios de comunicación en nuestro tiempo.

Preste atención a estas frases en la letra N. 3:

"Los medios de comunicación se han vuelto tan importante como el que para muchos son el principal medio de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Se trata de un problema complejo, porque la cultura, no sólo de contenido, nace por el hecho de que existen nuevos modos de comunicar con lenguajes técnicos y nuevo. "

"La nuestra es una época de comunicación global, donde tantos momentos de la existencia humana se desarrollan a través de procesos mediáticos, o por lo menos tener que lidiar con ellos".

He encontrado este concepto estrechamente vinculado en el mismo párrafo con lo siguiente:

"Los criterios supremos de la verdad y la justicia, un ejercicio maduro de la libertad y la responsabilidad, fundada sobre la situación en la que enfoque auténticamente ética a la utilización de los poderosos medios de comunicación social" (n. 3).

Señala la letra N. 4 que el mundo de los medios de comunicación necesita de la redención de Cristo y que el estudio de la Sagrada Escritura - entendida como la comunicación de un "" gran código ", de un mensaje que no es temporal, pero fundamental para su redención - le podemos ayudar para ver con los ojos de la fe de los acontecimientos y el valor de los medios sociales.

El Santo Padre dice:

"En el Verbo hecho carne, la comunicación con un espesor máximo de la salvación ..." (núm. 4), "La comunicación entre Dios y la humanidad ha alcanzado por tanto su perfección en el Verbo hecho carne" (n. 5).

En este año de la Eucaristía, el Santo Padre nos recuerda:

"Hay un momento culminante en que la comunicación se hace comunión plena: El encuentro eucarístico Reconociendo a Jesús en la "fracción del pan »(cf. Lc 24,30-31), los creyentes se sienten obligados a anunciar su muerte y la resurrección, y llegar a ser alegre y valientes testigos de su Reino (cf. Lc 24:35). "

Estoy realmente entusiasmado con la lectura de las palabras del Papa Juan Pablo II en su Carta apostólica "El rápido desarrollo". El documento es para mí una meditación personal, un desafío y un plan de acción.

Antes de dejar la palabra a Su Excelencia el Sr. Mons. Renato Boccardo, secretario de nuestro Pontificio Consejo, me gustaría terminar de leer toda la letra N. 6, que creo que es un reflejo maravilloso y en movimiento con el cual comenzar nuestra Asamblea Plenaria del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, que comenzará esta noche:

"Gracias a la Redención, la capacidad comunicativa de los creyentes se ha sanado y renovado. El encuentro con Cristo los transforma en criaturas nuevas, lo que les permite formar parte de aquel pueblo que Él ha conquistado con su sangre muriendo sobre la Cruz, y introduce en la vida íntima de la Trinidad, que es la comunicación continua y circular de amor perfecto e infinito entre el Padre, Hijo y Espíritu Santo. "

"La comunicación penetra las dimensiones esenciales de la Iglesia, llamados a anunciar a todos la buena nueva de la salvación. ¿Por qué asume las oportunidades ofrecidas por los medios de comunicación como vías providencialmente dados por Dios en nuestros días para acrecentar la comunión y hacer más eficaz el anuncio. los medios de comunicación permiten la manifestación de la universalidad del pueblo de Dios, favoreciendo un intercambio más intenso e inmediato entre las iglesias locales y fomentar el entendimiento mutuo y la cooperación. "

"Gracias a Dios por la presencia de estos poderosos medios, que, si se utiliza por los creyentes con el genio de la fe y la obediencia a la luz del Espíritu Santo, pueden facilitar la propagación del Evangelio y hacer más eficaces los vínculos de comunión entre las comunidades eclesiales ".

Declaración de Su Excelencia el Sr. MONS. Renato Boccardo

1. "Inter Mirifica: Decreto conciliar lo leído e interpretado mal." Esta es la respuesta de L'Osservatore Romano, 5 de mayo de 1969, a los que, por diferentes razones, sintió el Inter Mirifica se combinan la elaboración de la parte trasera.

La atención de la Iglesia en el mundo de la comunicación y la cultura, en realidad, no puede atribuirse simplemente y de manera simplista a la promulgación del decreto conciliar. Incluso entonces, en efecto, la Iglesia se trasladó al mundo de la cultura y los medios de comunicación con mayor facilidad y menos embarazoso que le dé acreditassero observadores y expertos de todos los rincones de la tierra incluso antes del Concilio Vaticano II. Pío XII fue a preguntarle a estudiar una posible reanudación del Concilio

Vaticano II y en una de las primeras reuniones del Comité de Selección, precisamente, surgió la necesidad de establecer un grupo ad hoc "para la acción y la cultura cristiana" con el fin de lanzar su La preparación remota de una nueva Congregación, que tendría que referirse, entre otras habilidades, tales como escuela confesional y la Acción Católica, el uso del cine y la radio.

Inter mirifica lo tanto, representa un momento significativo en la reflexión de la Iglesia universal en torno al cual se desarrollará a través de los años una variedad de intervenciones y reflexiones más adecuadas al contexto.

2. Esta riqueza es la cantidad de los años post-conciliares se ha convertido en un patrimonio común de la Iglesia en los diversos documentos. La carta apostólica, que presentó hoy en día parece ser de alguna manera ser la clave para la lectura.

Varias veces en sus discursos, Juan Pablo II dijo que las cuestiones planteadas por las comunicaciones corporativas en el fondo, que son eminentemente antropológico. Dado que existe una estrecha relación entre la estructura de los medios de comunicación y la construcción de los procesos culturales, hay algunas articulaciones problemáticas que requieren atención urgente y la reflexión profundo discernimiento.

Por lo tanto, si los medios de comunicación se han vuelto tan importante como que para muchos son el principal medio de guía e inspiración en su comportamiento como individuos, familias, es necesario - dice la carta apostólica - a emplear como la capacitación de los sectores de supervisión de la personalidad y la conciencia, la interpretación y la estructuración de lazos afectivos, la articulación de las fases de la educación y la formación, tratamiento y difusión de los fenómenos culturales, el desarrollo de social, político y económico ".

Juan Pablo II considera que los medios de comunicación como agentes activos en la construcción de las perspectivas culturales y los valores dentro del cual cada hombre y cada mujer entiende a sí mismo, otros y el mundo.

En primer lugar, los medios de comunicación están construyendo modelos de percepción de la realidad que a menudo obedecen a cierta mentalidad ya no es un cristiano. Sin querer parecer ingenuas visiones apocalípticas, pero incluso cediendo a demasiado optimistas, no podemos permanecer en silencio, como la representación del significado de la vida que ahora lanzarse a la arena del debate público es casi en su totalidad fuera de cualquier comprensión cristiana de la vida misma. La industria cultural ha comenzado, de hecho, el proceso de requerimiento de una perspectiva cristiana sobre la vida y la dignidad humana en las películas, programas de entrevistas son de ficción o algún testimonio dramático. Sólo recuerde, también, al igual que con demasiada frecuencia la televisión se convierte en un instrumento de poderosos ataques personales, insultos y en las arenas de las batallas a menudo vulgares y de mal gusto. En este proceso degenerativo no es publicidad gratuita, así como falta la responsabilidad de aquellos que presiden la producción y las estructuras de comercialización cuyos criterios orientadores son difíciles de entender.

Los medios de comunicación tiene que ver con el hombre y su visión del mundo y la vida con la aventura difícil y emocionante de aprender a ser humano. Por esta razón - dice el Papa - debe comenzar tan pronto como una seria reflexión por el gran aliento de la ética que es una garantía para el ejercicio de la responsabilidad personal y social. Una ética de trabajadores de los medios sólo puede ser una ética de la formación profesional y se mueve necesariamente en dell'educativo.

3. Otro problema es que las notas de documentos papales que el público en general. Los medios de comunicación, complejas y compuestas, es hoy un gran potentado de la construcción y el público eterodirezione. La Iglesia ve con simpatía y solidaridad a los medios de comunicación, pero sería ingenuo -, así como dañar gravemente al bien común - no a cuestionar la relación entre los medios de comunicación y la construcción pública. El sistema de producción es, de hecho, dirige y cultiva actitudes, se basa imaginaria soporta opciones de valor.

Incluso antes de que el contenido, esto depende de los propios instrumentos. No se olvide, por ejemplo, que Internet redefine radicalmente la relación psicológica de una persona con el espacio y el tiempo. Atrae la atención que es tangible, útil e inmediatamente asequible. ¿Puede llegar a una falta de estímulo a profundizar más el pensamiento y la reflexión, mientras que los humanos tienen una necesidad vital para el tiempo y la tranquilidad interior para ponderar y examinar la vida y sus misterios, y para adquirir gradualmente un dominio maduro de sí mismos y del mundo alrededor de ellos.

El hombre en la línea es el hombre de esta, la satisfacción inmediata de de-somatiza informes, el hombre que se ha reducido constantemente por la necesidad de elección, porque la red es gran almacén de experiencias siempre disponibles. El hombre puede llegar a ser tan olvidadizo persona perdida en la multitud de la soledad. En nuestro tiempo "se ha extendido a muchos la convicción de que el tiempo de las certezas ha pasado irremediamente: el hombre debe aprender a vivir en un horizonte de total ausencia de sentido, por lo provisional y efímero."

"El hecho de que influyen en las conciencias de los individuos, conforman la mentalidad y determinan su visión de las cosas, hay que repetirlo alto y claro que los medios de comunicación constituyen un recurso primario para el individuo y para la humanidad y proporcionan una gran cantidad para proteger y promover. "

4. Ante estos escenarios como sea posible para la Iglesia para ayudar a hombres y mujeres que trabajan en los medios de comunicación y de todos sus beneficiarios a tomar el camino de un nuevo humanismo, una renovada centralidad de la persona humana?

Entre las muchas maneras, Juan Pablo II tres señales: formación, participación y diálogo (11). Primer entrenamiento: es de la dell'occasionalità estancamiento y promover la inversión en recursos humanos que pueden erradicar en la reflexión teológica adecuada y los aspectos pastorales y competencias profesionales específicas. Muchas veces en los documentos de tantos y ha reiterado la urgencia de la formación de los sacerdotes, religiosos y laicos. Llegamos ahora a un momento en que la elección ya no es pospuesta.

A continuación, la participación. Se trata de establecer proyectos de cooperación entre las Iglesias para promover y coordinar las herramientas de comunicación social que se convierten en espacios de comunicación posibles de acuerdo a las perspectivas cristianas. Por lo tanto, será también una oportunidad de oponerse, entre otras cosas, el proceso de construcción de la opinión pública hoy en día es a menudo controlados por poderosos intereses empresariales y la "necesidad de cultivar una cultura de responsabilidad compartida".

Por último, el diálogo, lo cual puede favorecer sus propios medios de comunicación a diferentes niveles, "los vehículos de la comprensión mutua, la solidaridad y la paz. Se trata de un poderoso recurso positivo si se utiliza para fomentar el entendimiento entre los pueblos, un "arma" destructiva si se usan para alimentar injusticias y conflictos. "

Hacer frente a estos retos y con los recursos necesarios, tanto humanos como financieros, podría llevar al desaliento. Pero Juan Pablo II repite instó firmemente al principio de su pontificado: "No tengáis miedo! No tenga miedo de las nuevas tecnologías! [...] No tengas miedo de su propia debilidad e incapacidad! ».

Para los creyentes, hombres y mujeres que se preocupan por el destino de la humanidad, se le da la responsabilidad de discernir cultural. Básicamente no se nos pide tener una armadura brillante para vencer a Goliat, sino simplemente que se puede elegir sólo algunas piedras y con la sabiduría y la valentía de David.

CARTA APOSTÓLICA «EL RÁPIDO DESARROLLO» DEL SUMO PONTÍFICE JUAN PABLO II A LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

(24 de enero de 2005)

CARTA APOSTÓLICA DEL SUMO PONTÍFICE JUAN PABLO II A LOS RESPONSABLES DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

1. El rápido desarrollo de las tecnologías en el campo de los medios de comunicación es seguramente uno de los signos del progreso de la sociedad actual. Al contemplar estas novedades en continua evolución, se hace todavía más actual cuanto se lee en el Decreto del Concilio Ecuménico Vaticano II Inter mirifica promulgado por mi predecesor, el siervo de Dios Pablo VI, el 4 de diciembre de 1963: “Entre las maravillosas invenciones técnicas que, sobre todo en nuestros tiempos, el ingenio humano ha extraído de las cosas creadas, con la ayuda de Dios, la Madre Iglesia acoge y fomenta con peculiar solicitud aquellas que más directamente atañen al espíritu del hombre y que han abierto nuevos caminos para comunicar con más facilidad, noticias, ideas y doctrinas de todo tipo”[1].

I. Un camino fecundo por la senda del Decreto Inter mirifica

2. Transcurridos más de cuarenta años desde la publicación de este documento, se hace oportuno volver a reflexionar sobre los “desafíos” que las comunicaciones sociales plantean a la Iglesia, la cual, como indicó Pablo VI, “se sentiría culpable ante Dios si no utilizara estos medios tan poderosos”[2]. La Iglesia, de hecho, no está llamada solamente a usar los medios de comunicación para difundir el Evangelio sino, sobre todo hoy más que nunca, a integrar el mensaje de salvación en la “nueva cultura” que estos poderosos medios crean y amplifican. La Iglesia advierte que el uso de las técnicas y tecnologías de comunicación contemporáneas forman parte de su propia misión en el tercer milenio.

Consciente de esta responsabilidad, la comunidad cristiana ha dado pasos significativos en el uso de los medios de comunicación para la información religiosa, para la evangelización y la catequesis, para la formación de los agentes de pastoral en este sector y para la educación de una responsabilidad madura en los usuarios y destinatarios de los diversos instrumentos de comunicación.

3. En un mundo rico de potencialidad comunicativa como el nuestro, los desafíos para la nueva evangelización son múltiples. Por ello, en la Carta encíclica Redemptoris missio he querido subrayar, que el primer areópago de los tiempos modernos es el mundo de la comunicación, capaz de unificar a la humanidad convirtiéndola, como se suele decir, en “una aldea global”. Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos constituyen el principal instrumento de guía y de inspiración en su

comportamiento individual, familiar y social. Se trata de un problema complejo, puesto que tal cultura, aún antes que por “los contenidos”, nace por el hecho de que existen nuevos modos de comunicar con técnicas y lenguajes inéditos.

Vivimos en una época de comunicación global, en la que muchos momentos de la existencia humana se articulan a través de procesos mediáticos, o por lo menos, con ellos se deben confrontar. Me limito a recordar la formación de la personalidad y de la conciencia, la interpretación y la estructuración de lazos afectivos, la articulación de las fases educativa y formativa, la elaboración y la difusión de fenómenos culturales, el desarrollo de la vida social, política y económica.

Dentro de una visión orgánica y correcta del desarrollo del ser humano, los medios de comunicación pueden y deben promover la justicia y la solidaridad, refiriendo con verdad y cuidado los acontecimientos, analizando en modo completo las situaciones y los problemas, y dando voz a las diversas opiniones. Los criterios supremos de verdad y de justicia, en el ejercicio maduro de la libertad y de la responsabilidad, constituyen el horizonte donde situar una auténtica deontología en el aprovechamiento de los modernos y potentes medios de comunicación social.

II. Discernimiento evangélico y compromiso misionero

4. También el mundo de los medios de comunicación tiene necesidad de la redención de Cristo. Para analizar, con los ojos de la fe, los procesos y el valor de las comunicaciones sociales puede ser de indudable utilidad el profundizar en la Sagrada Escritura, la cual se presenta como un “gran código” de comunicación de un mensaje no efímero ni ocasional, sino fundamental por su valor salvífico.

La historia de la salvación narra y documenta la comunicación de Dios con el hombre, comunicación que utiliza todas las formas y modalidades del comunicar. El ser humano ha sido creado a imagen y semejanza de Dios, para acoger la revelación divina y para entablar un diálogo de amor con Él. A causa del pecado, esta capacidad de diálogo, ya sea personal o social, ha sido alterada, y los hombres han hecho y continúan haciendo la amarga experiencia de la incomprensión y de la lejanía. Sin embargo, Dios no los ha abandonado y les ha mandado a su propio Hijo (cf. Mc 12, 1-11). En el Verbo hecho carne el evento comunicativo asume su máxima dimensión salvífica: se ha dado así al hombre, por el Espíritu Santo, la capacidad de recibir la salvación y de anunciarla y testimoniarla a sus hermanos.

5. La comunicación entre Dios y la humanidad ha alcanzado por tanto su perfección con el Verbo hecho carne. El acto de amor a través del cual Dios se revela, unido a la respuesta de fe de la humanidad, genera un fecundo diálogo. Precisamente por esto, al hacer nuestra, en cierto modo, la petición de los discípulos “enséñanos a orar” (Lc 11, 1), podemos pedir al Señor que nos ayude a entender cómo comunicar con Dios y con los hombres a través de los maravillosos instrumentos de la comunicación social. Reorientados en la perspectiva de tal comunicación última y decisiva, los medios de comunicación social se revelan como una oportunidad providencial para llegar a los hombres de cualquier latitud, superando las barreras del tiempo, del espacio y de la lengua, formulando en las más diversas

modalidades los contenidos de la fe, y ofreciendo a quien busca puertos seguros que faciliten un diálogo con el misterio de Dios revelado plenamente en Jesucristo.

El Verbo encarnado nos ha dado ejemplo de cómo comunicarse con el Padre y con los hombres, ya sea viviendo momentos de silencio y de recogimiento, ya sea predicando en cualquier lugar y con diversos lenguajes. Él explica las Escrituras, se expresa en parábolas, dialoga en la intimidad de las casas, habla en las plazas, en las calles, a las orillas del lago, desde las cimas de los montes. El encuentro personal con Él no deja indiferente sino que estimula a imitarlo: “Lo que yo os digo en la oscuridad, decidlo vosotros a la luz; y lo que oís al oído, proclamadlo desde los terrados” (Mt 10, 27).

Hay después un momento culminante en el que la comunicación se hace comunión plena: es el encuentro eucarístico reconociendo a Jesús en la “fracción del pan” (cf. Lc 24, 30-31).

6. Gracias a la Redención, la capacidad comunicativa de los creyentes se ha sanado y renovado. El encuentro con Cristo los hace criaturas nuevas, les permite entrar a formar parte de aquel pueblo que Él se ha conquistado con su sangre muriendo en la Cruz, y los introduce en la vida íntima de la Trinidad que es comunicación continua y circular de amor perfecto e infinito entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo.

La comunicación penetra las dimensiones esenciales de la Iglesia, llamada a anunciar a todos el gozoso mensaje de salvación. Por esto, asume las oportunidades que le ofrecen los medios de comunicación social como vías puestas providencialmente por Dios en nuestros días para acrecentar la comunión y hacer más incisivo el anuncio[3]. Los medios de comunicación permiten manifestar el carácter universal del Pueblo de Dios favoreciendo un intercambio más intenso e inmediato entre las Iglesias locales, y alimentando el conocimiento recíproco y la mutua colaboración.

Demos gracias a Dios por la existencia de estos medios poderosos que, si los creyentes usan con el genio de la fe y con docilidad a la luz del Espíritu Santo, pueden facilitar la difusión del Evangelio y hacer más eficaces los vínculos de comunión entre las comunidades eclesiales.

III. Cambio de mentalidad y renovación pastoral

7. En los medios de comunicación la Iglesia encuentra un excelente apoyo para difundir el Evangelio y los valores religiosos, para promover el diálogo y la cooperación ecuménica e interreligiosa, así como para defender los sólidos principios que son indispensables en la construcción de una sociedad respetuosa con la dignidad de la persona humana y del bien común. La Iglesia los utiliza también para difundir informaciones sobre ella misma y para ampliar los confines de la evangelización, de la catequesis y de la formación, considerando su uso como una respuesta al mandato del Señor: “Id por todo el mundo y proclamad la Buena Nueva a toda la creación” (Mc 16, 15).

Misión ciertamente no fácil en nuestra época, en la que se está difundiendo la convicción de que el tiempo de las certezas ha pasado irremediablemente: para muchos el hombre debería aprender a vivir en un horizonte de total ausencia de sentido, mostrando lo provisorio y lo

fugaz[4]. En este contexto, los instrumentos de comunicación pueden ser usados “para proclamar el Evangelio o para reducirlo al silencio en los corazones de los hombres”[5]. Esto representa un serio desafío para los creyentes, sobre todo para los padres, familias y para cuantos son responsables de la formación de la infancia y de la juventud. Con prudencia y sabiduría pastoral se debe alentar en las comunidades eclesiales a cuantos tienen dotes específicas para trabajar en el mundo de los medios de comunicación, de manera que lleguen a ser profesionales capaces de dialogar con el vasto mundo mediático.

8. Valorizar los medios de comunicación no es sólo tarea de los “entendidos” del sector, sino también de toda la comunidad eclesial. Si, como ya se ha mencionado, las comunicaciones sociales comprenden diversos ámbitos de expresión de la fe, los cristianos deberán tener en cuenta la cultura mediática en la que viven: desde la liturgia, suprema y fundamental expresión de la comunicación con Dios y con los hombres, hasta la catequesis, que no puede prescindir del hecho de dirigirse a sujetos influenciados por el lenguaje y la cultura contemporáneos.

El fenómeno actual de las comunicaciones sociales estimula a la Iglesia hacia una especie de revisión pastoral y cultural que le haga capaz de afrontar, de manera adecuada, el cambio de época que estamos viviendo. Son los Pastores, sobre todo, quienes deben hacerse intérpretes de esta exigencia: es importante preocuparse de que la propuesta del Evangelio se haga de modo incisivo y promueva su escucha y acogida[6]. Una especial responsabilidad en este campo está reservada a las personas consagradas quienes, desde su propio carisma, adquieren un compromiso en el ámbito de las comunicaciones sociales. Formadas espiritualmente y profesionalmente, las personas consagradas “presten de buen grado sus servicios, según las oportunidades pastorales [...] para que se eviten, de una parte, los daños provocados por un uso adulterado de los medios y de otra, se promueva una mejor calidad de las transmisiones, con mensajes respetuosos de la ley moral y ricos en valores humanos y cristianos.”[7].

9. Es por ello que, en consideración de la importancia de los medios de comunicación, hace quince años juzgué insuficiente dejarlos a la iniciativa individual o de grupos pequeños, y sugerí que se insertaran con evidencia en la programación pastoral[8]. Las nuevas tecnologías, en especial, crean nuevas oportunidades para una comunicación entendida como servicio al gobierno pastoral y a la organización de las diversas tareas de la comunidad cristiana. Se piense, por ejemplo, cómo Internet no sólo proporciona recursos para una mayor información, sino que también habitúa a las personas a una comunicación interactiva[9]. Muchos cristianos ya están utilizando este nuevo instrumento de modo creativo, explorando las potencialidades para la evangelización, para la educación, para la comunicación interna, para la administración y el gobierno. Junto a Internet se van utilizando otros nuevos medios y verificando nuevas formas de potenciar los instrumentos tradicionales. Periódicos y revistas, publicaciones varias, televisión y radio católicas siguen siendo indispensables dentro del panorama completo de la comunicación eclesial.

Los contenidos –que, naturalmente, se deberán adaptar a las necesidades de los diferentes grupos–, tendrán siempre por objeto hacer conscientes a las personas de la dimensión ética y moral de la información[10]. Del mismo modo, es importante garantizar la formación y la atención pastoral a los profesionales de la comunicación. Con frecuencia estas personas se

encuentran bajo presiones particulares y dilemas éticos que emergen durante el trabajo cotidiano; muchos de ellos “están sinceramente deseosos de saber y de practicar lo que es justo en el campo ético y moral” y esperan de la Iglesia orientación y apoyo[11].

IV. Los medios de comunicación, encrucijada de las grandes cuestiones sociales

10. La Iglesia, que es maestra de humanidad en virtud del mensaje de salvación confiado por su Señor, siente el deber de dar su propia contribución en aras de una mejor comprensión de las perspectivas y de las responsabilidades que conlleva el actual desarrollo de las comunicaciones sociales. Precisamente porque influyen sobre la conciencia de los individuos, conforman su mentalidad y determinan su visión de las cosas, se hace preciso insistir, en modo claro y determinante, en que los medios de comunicación social constituyen un patrimonio que se debe tutelar y promover. Es necesario que también las comunicaciones sociales sean englobadas en un cuadro de derechos y deberes orgánicamente estructurados, ya sea desde el punto de vista de la formación y responsabilidad ética, cuanto en referencia a las leyes y a las competencias institucionales.

El positivo desarrollo de los medios de comunicación al servicio del bien común es una responsabilidad de todos y cada uno[12]. Debido a los fuertes vínculos que los medios de comunicación tienen con la economía, la política y la cultura, se hace preciso un sistema de gestión que pueda salvaguardar la centralidad y la dignidad de la persona, la primacía de la familia, célula fundamental de la sociedad, y la correcta relación entre las diversas instancias.

11. Se imponen algunas decisiones que pueden sintetizarse en tres opciones fundamentales: formación, participación, diálogo.

En primer lugar, es necesaria una vasta tarea formativa para hacer que los medios de comunicación sean conocidos y usados de manera consciente y apropiada. Los nuevos lenguajes introducidos por ellos modifican los procesos de aprendizaje y la cualidad de las relaciones interpersonales, por lo cual, sin una adecuada formación se corre el riesgo de que los medios de comunicación, en lugar de estar al servicio de las personas, lleguen a instrumentalizarlas y condicionarlas gravemente. Esto vale, en modo particular, para los jóvenes que manifiestan una propensión natural a las innovaciones tecnológicas y que, por esto mismo, tienen una mayor necesidad de ser educados en el uso responsable y crítico de los medios de comunicación.

En segundo lugar, quisiera dirigir la atención sobre el acceso a los medios de comunicación y sobre la participación corresponsable en su gestión. Si las comunicaciones sociales son un bien destinado a toda la humanidad, se deben encontrar formas siempre actualizadas para garantizar una mayor participación en su gestión, incluso por medio de medidas legislativas oportunas. Es necesario hacer crecer esta cultura de la corresponsabilidad.

Por último, no se deben olvidar las grandes potencialidades que los medios de comunicación tienen para favorecer el diálogo, convirtiéndose en vehículos de conocimiento recíproco, de solidaridad y de paz. Dichos medios constituyen un poderoso recurso positivo si se ponen al servicio de la comprensión entre los pueblos y, en cambio,

son un “arma” destructiva si se usan para alimentar injusticias y conflictos. De manera profética, mi predecesor, el beato Juan XXIII, en la Encíclica *Pacem in terris*, ya había puesto en guardia a la humanidad acerca de tales riesgos potenciales[13].

12. Suscita un gran interés la reflexión sobre la participación “de la opinión pública en la Iglesia” y “de la Iglesia en la opinión pública”. Mi predecesor Pío XII, de feliz memoria, al encontrarse con los editores de periódicos católicos les decía que algo faltaría en la vida de la Iglesia si no existiese la opinión pública. Este mismo concepto ha sido confirmado en otras circunstancias[14], y el código de derecho canónico, bajo determinadas condiciones, reconoce el derecho a expresar la propia opinión[15]. Si es cierto que las verdades de fe no están abiertas a interpretaciones arbitrarias y el respeto por los derechos de los otros crea límites intrínsecos a la expresión de las propias valoraciones, no es menos cierto que en otros campos, existe entre los católicos un espacio para el intercambio de opiniones, en diálogo respetuoso con la justicia y la prudencia.

Tanto la comunicación en el seno de la comunidad eclesial, como la de Iglesia con el mundo, exigen transparencia y un modo nuevo de afrontar las cuestiones ligadas al universo de los medios de comunicación. Tal comunicación debe tender a un diálogo constructivo para promover entre la comunidad cristiana una opinión pública rectamente informada y capaz de discernir. La Iglesia tiene la necesidad y el derecho de dar a conocer las propias actividades, al igual que hacen otras instituciones o grupos, pero al mismo tiempo, cuando sea necesario, debe poder garantizar una adecuada reserva, sin que ello perjudique una comunicación puntual y suficiente de los hechos eclesiales. Es éste uno de los campos donde se requiere mayormente la colaboración entre fieles laicos y pastores, ya que, como subraya oportunamente el Concilio, “de este trato familiar entre los laicos y pastores se esperan muchos bienes para la Iglesia: así se robustece en los seglares el sentido de su propia responsabilidad, se fomenta el entusiasmo y se asocian con mayor facilidad las fuerzas de los fieles a la obra de los pastores. Estos últimos, ayudados por la experiencia de los laicos, pueden juzgar con mayor precisión y aptitud tanto los asuntos espirituales como los temporales, de suerte que la Iglesia entera, fortalecida por todos sus miembros, pueda cumplir con mayor eficacia su misión en favor de la vida del mundo”[16].

V. Comunicar con la fuerza del Espíritu Santo

13. El gran reto para los creyentes y para las personas de buena voluntad en nuestro tiempo es el de mantener una comunicación verdadera y libre, que contribuya a consolidar el progreso integral del mundo. A todos se les pide el saber cultivar un atento discernimiento y una constante vigilancia, madurando una sana capacidad crítica ante la fuerza persuasiva de los medios de comunicación.

También en este campo los creyentes en Cristo saben que pueden contar con la ayuda del Espíritu Santo. Ayuda aún más necesaria si se considera cuán grandes pueden ser las dificultades intrínsecas de la comunicación a causa de las ideologías, del deseo de ganancia y de poder, de las rivalidades y de los conflictos entre individuos y grupos, como también a causa de la fragilidad humana y de los males sociales. Las modernas tecnologías hacen crecer en modo impresionante la velocidad, la cantidad y el alcance de la comunicación, pero no favorecen del mismo modo el frágil intercambio entre mente y mente, entre

corazón y corazón, que hoy día debe caracterizar toda comunicación al servicio de la solidaridad y del amor.

En la historia de la salvación Cristo se nos ha presentado como “comunicador” del Padre: “Dios ... en estos últimos tiempos nos ha hablado por medio del Hijo” (Heb 1,2). Él, Palabra eterna hecha carne, al comunicarse, manifiesta siempre respeto hacia aquellos que le escuchan, les enseña a comprender su situación y sus necesidades, impulsa a la compasión por su sufrimiento y a la firme resolución de decirles lo que tienen necesidad de escuchar, sin imposiciones ni compromisos, engaño o manipulación. Jesús enseña que la comunicación es un acto moral “El hombre bueno, del buen tesoro saca cosas buenas y el hombre malo, del tesoro malo saca cosas malas. Os digo que de toda palabra ociosa que hablen los hombres darán cuenta en el día del Juicio. Porque por tus palabras serás declarado justo y por tus palabras serás condenado” (Mt 12, 35-37).

14. El apóstol Pablo ofrece un claro mensaje para cuantos están comprometidos en el ámbito de la comunicación social –políticos, comunicadores profesionales, espectadores–: “Por tanto, desechando la mentira, hablad con verdad cada cual con su prójimo, pues somos miembros los unos de los otros. [...]No salga de vuestra boca palabra dañosa, sino la que sea conveniente para edificar según la necesidad y hacer el bien a los que os escuchen” (Ef 4, 25.29).

A los operadores de la comunicación y, en especial a los creyentes que trabajan en este importante ámbito de la sociedad, renuevo la invitación que desde el inicio de mi ministerio de Pastor de la Iglesia universal he querido lanzar al mundo entero: “¡No tengáis miedo!”.

¡No tengáis miedo a las nuevas tecnologías!, ya que están “entre las cosas maravillosas” – “Inter mirifica”– que Dios ha puesto a nuestra disposición para descubrir, usar, dar a conocer la verdad, incluso la verdad sobre nuestra dignidad y nuestro destino de hijos suyos, herederos del Reino eterno.

¡No tengáis miedo a la oposición del mundo! Jesús nos ha asegurado “Yo he vencido al mundo” (Jn 16,33).

¡No tengáis miedo a vuestra debilidad y a vuestra incapacidad! El divino Maestro ha dicho: “Yo estoy con vosotros todos los días hasta el fin del mundo” (Mt 28,20). Comunicad el mensaje de esperanza, de gracia y de amor de Cristo, manteniendo siempre viva, en este mundo que pasa, la perspectiva eterna del cielo, perspectiva que ningún medio de comunicación podrá nunca alcanzar directamente: “Lo que ni el ojo vio, ni el oído oyó, ni al corazón del hombre llegó, lo que Dios preparó para los que le aman. ” (1Cor 2, 9).

A María, que nos ha dado el Verbo de la vida y ha conservado en el corazón sus inmortales palabras, encomiendo el camino de la Iglesia en el mundo de hoy. Que la Virgen Santa nos ayude a comunicar por todos los medios, la belleza y la alegría de la vida en Cristo nuestro Salvador.

¡A todos imparto mi Bendición!

Dado en el Vaticano, el 24 de enero de 2005, memoria de san Francisco de Sales, patrono de los periodistas.

[1] N. 1.

[2] Exhortación Apostólica *Evangelii nuntiandi* (8 de diciembre de 1975): AAS 68 (1976), 35.

[3] Cf. Juan Pablo II, Exhortación apostólica post-sinodal *Christifideles laici* (30 de diciembre de 1998), 18-24: AAS (1989), 421-435; cf. Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, Instrucción pastoral *Ætatis novæ* (22 de febrero de 1992), 10: AAS 84 (1992), 454-455.

[4] Cf. Juan Pablo II, Carta encíclica *Fides et ratio* (14 de septiembre de 1998), 91: AAS 91 (1999), 76-77.

[5] Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, Instrucción pastoral *Ætatis novæ* (22 de febrero de 1992), 4: AAS 84 (1992), 450.

[6] Cfr Juan Pablo II, Exhort. Ap. Post-sinodal, *Pastores gregis*, 30: *L'Osservatore Romano*, 17 octubre 2003, p.6.

[7] Juan Pablo II, Exhort. Ap. Post-sinodal, *Vita consecrata* (25 marzo 1996), 99: AAS 88 (1996), 476.

[8] Juan Pablo II, Carta enc. *Redemptoris missio* (7 diciembre 1990), 37: AAS 83 (1991), 282-286.

[9] Cf. Pont. Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet* (22 febrero 2002), 6: Ciudad del Vaticano, 2002, pp.13-15.

[10] Cf. Conc. Ecum. Vat. II, Decr. *Inter mirifica*, 15-16; Pont. Comisión para los Comunicaciones Sociales, Inst. pastoral *Communio et progressio* (23 mayo 1971), 107: AAS 63 (1971) 631-632; Pont. Consejo para las Comunicaciones Sociales, inst. pastoral *Ætatis novæ*(22 febrero 1992), 18: AAS 84 (1192), 460.

[11] Cf. *Ibid.*, 19: l.c.

[12] Cf. Catecismo de la Iglesia Católica, n. 2494.

[13] Cf. Juan Pablo II, Mensaje para la 37 jornada mundial de las comunicaciones sociales (24 enero 2003): *L'Osservatore Romano*, 25 enero 2003, p. 6.

[14] Cf. Conc. Ecum. Vat. II, *Lumen Gentium*, 37; Pont. Comisión para las Comunicaciones Sociales, Inst. pastoral *Communio et progressio* (23 mayo 1971), 114-117: AAS (1971), 634-635.

[15] Can. 212, § 3: “Tienen el derecho, y a veces incluso el deber, en razón de su propio conocimiento, competencia y prestigio, de manifestar a los Pastores sagrados su opinión sobre aquello que pertenece al bien de la Iglesia y de manifestar a los demás fieles, salvando siempre la integridad de la fe y de las costumbres, la reverencia hacia los Pastores y habida cuenta de la utilidad común y de la dignidad de las personas”.

[16] Conc. Ecum. Vat. II, Lumen gentium, 37

MENSAJE DEL PAPA PABLO VI PARA LA II JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

"La prensa, la radiotelevisión y el cine para el progreso de los pueblos"

1968

Amados hijos y hermanos, y vosotros todos, hombres de buena voluntad:

Al invitarlos a celebrar, juntamente con Nos, la jornada dedicada a los medios de comunicación social, querríamos contribuir a que caigáis mejor en la cuenta del inmenso cambio que se está realizando ante nuestros ojos en este campo y de las graves responsabilidades que de ellos se deducen para todos. Todavía ayer, muchos hombres no disponían, para nutrir sus ideas, más que de un bagaje escolar, más o menos remoto, de tradiciones de familia, de las reacciones del ambiente que les rodeaba. Hoy, en cambio, los ecos de la prensa, del cine, de la radio y de la televisión les abren sin cesar nuevos horizontes y los ponen a tono con la vida del universo entero. ¿Quién no se regocijará de un progreso semejante? ¿Quién no verá en él el camino providencial para la promoción de toda la humanidad? Todas las puertas están abiertas a la esperanza, si el hombre sabe dominar estas técnicas nuevas; pero, en cambio, todo podría estar perdido, si se olvidase de su responsabilidad.

La prensa, el cine, la radio-televisión, ¿servirán o no servirán para el progreso de los pueblos? He ahí la cuestión que Nos planteamos a nuestros hijos católicos y a todas las personas de corazón. Y ante todo, ¿de qué progreso se trata? ¿Del progreso económico? Ciertamente. ¿Del progreso social? Sin duda alguna. Lo hemos dicho ya en Nuestra encíclica "Populorum progressio" y lo repetimos sin cansarnos: el desarrollo, "para ser auténtico, debe ser integral, es decir, promover a todos los hombres y todo el hombre" (Populorum progressio, n. 14).

La nueva visión del universo, que el hombre adquiere gracias a los medios de comunicación social, quedará en él como una cosa extraña o inútil, si al mismo tiempo no le procura los medios para iluminar su juicio -sin orgullo ni complejos- sobre las riquezas y las deficiencias de su civilización, para descubrir, sin suficiencia ni amargura, las de los demás, para tomar en sus manos, con confianza, su propio destino, para construirlo en fraternal colaboración con sus hermanos, y finalmente, para llegar a comprender que "no hay más que un humanismo verdadero, el que se abre al Absoluto" (Populorum progressio, n. 42).

¿Es precisamente esta toma de conciencia, esta apertura, la que favorece el torrente de palabras, de artículos y de imágenes que se vierten a diario sobre el mundo? Este es el problema que querríamos plantear a todos los responsables de la prensa, la radio, el cine y la televisión, deseosos de trabajar generosamente al servicio de sus hermanos, los hombres. Tan peligroso sería fomentar en un pueblo el espíritu de suficiencia y exacerbar su nacionalismo cerrado, como es conveniente ayudarle a descubrir, con legítimo orgullo, los

talentos materiales, intelectuales y espirituales con que el Creador le ha dotado, para que él los valore, con provecho de toda la comunidad de los pueblos.

Tan engañoso sería mantener una oposición sistemática y un espíritu de crítica corrosivo y destructor, dejando creer así que la revolución violenta sería la panacea universal capaz de hacer desaparecer todas las injusticias, como es conveniente abrir los ojos de los que tienen la responsabilidad sobre las situaciones intolerables, denunciar los abusos que claman al cielo, orientar la opinión hacia las "transformaciones audaces, profundamente innovadoras, reformas urgentes que hay que emprender sin demora" (Populorum progressio, n. 32).

En un mundo, donde a tantos hombres les falta lo necesario, de pan, de saber, de luz espiritual, sería grave utilizar los medios de comunicación social para reforzar los egoísmos personales y colectivos, para suscitar, en los que ya poseen bastante, nuevas y falsas necesidades, fomentar su sed de placeres, multiplicar sus ocios estériles y enervantes. Superada esta tentación, se les ofrece una empresa capaz de suscitar todos los entusiasmos: hay mucho que hacer para dar respuesta a una humanidad agobiada, para poner de relieve, al mismo tiempo, los esfuerzos de cooperación, los gestos de ayuda y las iniciativas pacíficas, suscitando también una sana emulación portadora de esperanza.

¿Quién no ve, en este juego dramático de que es objeto nuestro mundo, la importancia de los medios de comunicación social, para ayudar al "verdadero desarrollo, que es el paso, para cada uno y para todos, de condiciones de vida menos humanas a condiciones más humanas?" (Populorum progressio, n. 20).

Los cristianos, por su parte, no deberían olvidar que esta fraternidad que los une a los demás hombres, tiene como raíz una misma filiación divina. El Dios vivo, fuente y término de los valores supremos, es al mismo tiempo su garantía. A todos, a nuestros hijos católicos en particular, les pedimos que hagan todo lo posible para que los medios de comunicación social, en un mundo que busca como a tientas la luz capaz de salvarlo, proclamen a la luz del día (cf. Mt 10, 27) el mensaje de Cristo salvador, "camino, verdad y vida" (Jn, 14, 6). Aportarán así su contribución insustituible a este progreso de los pueblos que Nos anhelamos, juntamente con todos los hombres de buena voluntad, y por el que tenemos propósito de trabajar con todas nuestras fuerzas: "El porvenir está ahí, en el llamamiento imperioso de los pueblos a una mayor justicia, en su voluntad de paz, en su anhelo, consciente o inconsciente, de una vida más alta; aquélla que precisamente la Iglesia de Cristo puede y quiere darles" (introducción a los Mensajes del Concilio al mundo, 8 de diciembre de 1965).

Este es el futuro que os invitamos a construir generosamente. Y, con estos sentimientos, de todo corazón os bendecimos.

El Vaticano, 26 de marzo de 1968.

PAULUS PP. VI

MENSAJE DEL SANTO PADRE PARA LA 27ª JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

Tema: Dos nuevos medios al servicio de la Iglesia: casetes y videocasetes

23 de mayo de 1993

Queridos hermanos y hermanas:

A un año de la publicación de la instrucción pastoral *Aetatis novae* sobre los medios de comunicación social, invito una vez más, a todos a reflexionar sobre la visión del mundo moderno que la Instrucción presenta y sobre las implicaciones prácticas de las situaciones que describe. La Iglesia no puede ignorar los numerosos cambios sin precedentes que el progreso ha ocasionado en este importante y omnipresente aspecto de la vida moderna. Cada uno de nosotros debe interrogarse acerca de la sabiduría necesaria para apreciar las oportunidades que el desarrollo de las modernas tecnologías de comunicación ofrecen al servicio de Dios y de su pueblo reconociendo al mismo tiempo el desafío que tal progreso inevitablemente plantea.

Como la instrucción pastoral *Aetatis novae* nos recuerda, «las comunicaciones conocen una expansión considerable que influye en las culturas de todo el mundo» (n. 1). Realmente podemos hablar de una nueva cultura creada por las comunicaciones modernas, que a todos afectan particularmente a las generaciones más jóvenes. En gran parte esa nueva cultura es resultado de los avances tecnológicos que ha suscitado «nuevas vías de comunicación, con nuevos lenguajes, nuevas técnicas y una nueva psicología» (cf. *Redemptoris missio*, 37). Hoy, la Iglesia, mientras se esfuerza por llevar a cabo su perenne misión de proclamar la palabra de Dios, afronta el inmenso desafío de evangelizar esta nueva cultura, y expresa la verdad invariable del Evangelio en su lenguaje. Ya que todos los creyentes están afectados por este desarrollo, a todos se nos pide que nos adaptemos a las situaciones cambiantes y que descubramos modos efectivos y responsables para el uso de los medios de comunicación, para la gloria de Dios y al servicio de su creación.

En mi mensaje para la Jornada mundial de las comunicaciones sociales del año pasado, mencionaba que entre las realidades que celebramos en esta ocasión anual están los dones, dados por Dios, de la palabra, el oído y la vista, por medio de los cuales se hace posible la comunicación entre nosotros. Este año el tema de la Jornada alude a dos nuevos medios concretos, que sirven a estos sentidos de modo notable; a saber, casetes y videocasetes.

La casete y la videocasete nos han permitido tener al alcance de la mano y transportar fácilmente un número ilimitado de programas, con voz e imágenes como medio de instrucción o de entretenimiento, para entender de forma más completa noticias e información, o para apreciar la belleza y el arte. Es preciso reconocer estos nuevos recursos como instrumentos que Dios, por medio de la inteligencia y el ingenio humanos, ha puesto a nuestra disposición. Como todos los dones de Dios, están para ser usados para una buena causa y para ayudar a individuos y comunidades a crecer en el conocimiento y el aprecio de la verdad así como en sensibilidad hacia la dignidad y necesidades de los otros. Además

casetes y videocasetes pueden ayudar a los individuos a desarrollarse en el campo cultural social y religioso. Pueden ser de gran utilidad en la transmisión de la fe, aunque nunca puedan reemplazar el testimonio personal, que es esencial para la proclamación de la verdad completa y el valor del mensaje cristiano.

Espero que los profesionales de la producción de programas audiovisuales, en casetes u otras formas, reflexionen sobre la necesidad de que el mensaje cristiano consiga encontrar expresión, explícita o implícita, en la nueva cultura creada por la comunicación moderna (cf. *Aetatis novae*, 11). Esto no sólo debiera ser consecuencia natural de «la presencia activa y abierta de la Iglesia en el seno del mundo de las comunicaciones» (cf. *Aetatis novae*, 11), sino también el resultado de un preciso compromiso por parte de los comunicadores. Los profesionales de los medios, conscientes del auténtico valor, impacto e influencia de sus realizaciones, han de tener especial cuidado en hacerlos de tan alta calidad moral que sus efectos sobre la formación de la cultura sean siempre positivos. Deberán resistir al señuelo, siempre presente, de la ganancia fácil, y rechazar firmemente la participación en producciones que exploten las debilidades humanas, ofendan las conciencias o hieran la dignidad humana.

Es importante, también, que los usuarios de medios tales como las casetes o videocasetes no se consideren únicamente como meros consumidores. Cada persona, con el simple hecho de dar a conocer sus reacciones ante un medio a quienes los producen y comercializan, puede determinar el contenido y tono moral de futuras producciones. En particular a la familia, unidad básica de la sociedad, le afecta profundamente la atmósfera de los medios en que vive. Los padres, por lo tanto, tienen la grave tarea de educar a la familia en un uso crítico de los medios de comunicación social. Hay que explicar la importancia de esta tarea, especialmente a los matrimonios jóvenes. Ningún programa de catequesis debiera pasar por alto la necesidad de enseñar a niños y adolescentes un uso apropiado y responsable de los medios de comunicación.

En esta Jornada mundial de las comunicaciones sociales hago extensivo mi cordial saludo a todos los profesionales, hombres y mujeres empeñados en servir a la familia humana a través de los medios de comunicación a todos los miembros de las organizaciones católicas internacionales de comunicación social activas por el mundo, y al amplio cuerpo de usuarios de los medios de comunicación: una audiencia frente a la que los medios tienen una gran responsabilidad. Que Dios todopoderoso conceda a todos sus dones.

Vaticano, 24 de enero de 1993 fiesta de san Francisco de Sales, patrono de los periodistas.

MENSAJE DEL SANTO PADRE JUAN PABLO II PARA LA XXVIII JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

Tema: La televisión

24 de enero de 1994

Queridos hermanos y hermanas:

En los últimos decenios la televisión ha revolucionado las comunicaciones influenciando profundamente la vida familiar. Hoy, la televisión es una fuente primaria de noticias, informaciones y entretenimiento para innumerables familias y forma parte de sus actitudes y opiniones, de sus valores y modelos de comportamiento.

La televisión puede enriquecer la vida familiar. Puede unir más estrechamente a los miembros de la familia y promover la solidaridad con otras familias y con la comunidad en general. Puede acrecentar no solamente la cultura general, sino también la religiosa, permitiendo escuchar la palabra de Dios, afianzar la propia identidad religiosa y alimentar la vida moral y espiritual.

La televisión puede también perjudicar la vida familiar: al difundir valores y modelos de comportamiento falseados y degradantes, al emitir pornografía e imágenes de violencia brutal al inculcar el relativismo moral y el escepticismo religioso; al dar a conocer relaciones deformadas, informes manipulados de acontecimientos y cuestiones actuales; al transmitir publicidad que explota y reclama los bajos instintos y exalta una visión falseada de la vida que obstaculiza la realización del mutuo respeto, de la justicia y de la paz.

Incluso cuando los programas televisivos no son moralmente criticables, la televisión puede tener efectos negativos en la familia. Puede contribuir al aislamiento de los miembros de la familia en su propio mundo, impidiendo auténticas relaciones interpersonales, puede también dividir a la familia, alejando a los padres de los hijos y a los hijos de los padres.

Dado que la renovación moral y espiritual de toda la familia humana ha de encontrar su raíz en la auténtica renovación de cada una de las familias, el tema de la Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1994, Televisión y familia: criterios para saber mirar resulta especialmente adecuado, sobre todo durante este Año internacional de la familia, en el que la comunidad mundial está buscando la manera de reforzar la vida familiar.

En este mensaje, deseo subrayar especialmente las responsabilidades de los padres, de los hombres y las mujeres de la industria televisiva, de las autoridades públicas y de los que cumplen sus deberes pastorales y educativos en el interior de la Iglesia. En sus manos está el poder de hacer de la televisión un medio cada vez más eficaz para ayudar a las familias a desempeñar su propio papel, que es el de constituir una fuerza de renovación moral y social.

Dios ha confiado a los padres la grave responsabilidad de ayudar a los hijos «desde la más tierna edad, a buscar la verdad y a vivir en conformidad con la misma, a buscar el bien y a fomentarlo (Mensaje para la Jornada mundial de la paz de 1991, n. 3; cf. L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 21 de diciembre de 1990, p. 22). Éstos tienen pues, el deber de conducir a sus hijos a que aprecien «todo cuanto hay de verdadero, de noble, de justo, de puro, de amable, de honorable» (Flp 4, 8).

Por tanto, además de ser espectadores capaces de discernir por sí mismos, los padres deberían contribuir activamente a formar en sus hijos hábitos de ver la televisión, que les lleven a un sano desarrollo humano, moral y religioso. Los padres deberían informar anticipadamente a su hijos acerca del contenido de los programas y hacer una selección responsable teniendo como objetivo el bien de la familia, para decidir cuáles conviene ver y cuáles no. A este respecto, pueden resultar útiles las reseñas y juicios facilitados por agencias religiosas y por otros grupos responsables, así como adecuados programas educativos propuestos por los medios de comunicación social. Los padres deberían también discutir con sus hijos sobre la televisión, ayudándoles a regular la cantidad y la calidad de los programas, y a percibir y juzgar los valores éticos que encierran determinados programas, porque la familia es «el vehículo privilegiado para la transmisión de aquellos valores religiosos y culturales que ayudan a la persona a adquirir la propia identidad» (Mensaje para la Jornada mundial de la Paz 1994, n. 2; cf. L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 17 de diciembre de 1993, p. 5).

Formar esos hábitos en los hijos a veces equivale simplemente a apagar la televisión porque hay algo mejor que hacer porque es necesario en atención a otros miembros de la familia o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que de forma regular y prolongada usan la televisión como una especie de niñera electrónica abdican de su papel de educadores primarios de sus hijos. Tal dependencia de la televisión puede privar a los miembros de la familia de las posibilidades de interacción mutua a través de la conversación, las actividades y la oración en común. Los padres prudentes son también conscientes del hecho de que los buenos programas han de integrarse con otras fuentes de información, entretenimiento educación y cultura.

Para garantizar que la industria televisiva tutele los derechos de la familia, los padres deberían poder expresar sus legítimas preocupaciones a productores y responsables de los medios de comunicación social. A veces resultará útil unirse a otros para formar asociaciones que representen sus intereses con respecto a los medios de comunicación, a los patrocinadores y anunciantes, y a las autoridades públicas.

Todos los que trabajan para la televisión —dirigentes y responsables, productores y directores, escritores y estudiosos, periodistas, presentadores y técnicos— tienen gran responsabilidad en relación con las familias, que constituyen una porción muy notable de su público. En su vida profesional y personal, los que trabajan en la televisión deberían tratar de ponerse al servicio de la familia en cuanto comunidad fundamental de vida, amor y solidaridad de la sociedad. Reconociendo la influencia del medio de comunicación en que trabajan, deberían promover los valores espirituales y morales y oponerse a «cuanto pueda herir la familia en su existencia, su estabilidad, su equilibrio y su felicidad» por incluir

«erotismo o violencia, apología del divorcio o actitudes antisociales de los jóvenes» (Pablo VI, Mensaje para la Jornada mundial de las comunicaciones sociales 1969, n. 2; cf. L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 18 de mayo de 1969, p. 2).

La televisión se ocupa a menudo de temas serios: la debilidad humana y el pecado, y sus consecuencias para los individuos y la sociedad; el fracaso de instituciones sociales, incluidos el gobierno y la religión; apremiantes cuestiones acerca del sentido de la vida. Debería tratar estos temas de manera responsable, sin sensacionalismo y con sincera solicitud por el bien de la sociedad, así como con escrupuloso respeto hacia la verdad. «La verdad os hará libres» (Jn 8, 32), dijo Jesús y, en último término, toda la verdad tiene su fundamento en Dios, que es también la fuente de nuestra libertad y creatividad.

Al cumplir las propias responsabilidades, la industria televisiva debería desarrollar y observar un código ético que incluya el compromiso de satisfacer las necesidades de las familias y promover los valores que sostienen la vida familiar. También los Consejos de los medios de comunicación, formados tanto por miembros de la industria como por representantes del público, son un modo muy adecuado para hacer que la televisión responda más a las necesidades y a los valores de sus espectadores.

Los canales de televisión, tanto públicos como privados, representan un medio público al servicio del bien común; no son sólo una garantía privada de intereses comerciales o un instrumento de poder o de propaganda para determinados grupos sociales, políticos o económicos; han de estar al servicio del bienestar de la sociedad en su totalidad.

Por tanto, en cuanto célula fundamental de la sociedad, la familia merece ser asistida y defendida con medidas apropiadas por parte del Estado y de otras instituciones (cf. Mensaje para la Jornada mundial de la Paz 1994, n. 5). Eso implica algunas responsabilidades por parte de las autoridades públicas con respecto a la televisión.

Reconociendo la importancia de un libre intercambio de ideas y de informaciones, la Iglesia apoya la libertad de palabra y de prensa (cf. Gaudium et spes, 59). Al mismo tiempo, insiste en el hecho de que se ha de respetar «el derecho de los individuos, de las familias y de la sociedad a la vida privada, a la decencia pública y a la protección de los valores esenciales de la vida» (Consejo pontificio para las comunicaciones sociales, Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales. Una respuesta pastoral, n. 21; cf. L'Osservatore Romano, edición en lengua española, 4 de junio de 1989, p. 18). Se invita a las autoridades públicas a que establezcan y hagan respetar modelos éticos razonables para la programación, que promuevan los valores humanos y religiosos en los que se basa la vida familiar y desaconsejen todo lo que le perjudique. También han de promover el diálogo entre la industria televisiva y el público, facilitando estructuras y oportunidades para que pueda tener lugar.

Por su parte, las organizaciones vinculadas a la Iglesia prestan un servicio excelente a las familias, instruyéndolas acerca de los medios de comunicación social y ofreciéndoles juicios sobre películas y programas. En donde los recursos lo permitan, las organizaciones eclesiales de comunicación social pueden también ayudar a las familias produciendo y transmitiendo programas para las familias o promoviendo este tipo de programación. Las

Conferencias episcopales y las diócesis deberían mostrar, con energía, la «dimensión familiar» de la televisión, como parte de su programa pastoral para la comunicaciones (cf. Consejo pontificio para las comunicaciones sociales, *Aetatis novae*, 21-23, cf. *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 20 de marzo de 1992, p. 13).

Ya que los profesionales de la televisión se esfuerzan en presentar una visión de la vida a un amplio público, que incluye niños y jóvenes, es conveniente que cuenten con el ministerio pastoral de la Iglesia, que les puede ayudar a apreciar los principios éticos y religiosos que confieren pleno significado a la vida humana y familiar. «Estos programas pastorales deberán comportar una formación permanente que pueda ayudar a estos hombres y mujeres —muchos de los cuales desean sinceramente saber y practicar lo que es justo en el campo ético y moral— a estar cada vez más imbuidos por los criterios morales, en su vida tanto profesional como privada» (cf. Consejo pontificio para las comunicaciones sociales, *Aetatis novae*, 19, cf. *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 20 de marzo de 1992, p. 13).

La familia, basada en el matrimonio, es una comunión única de personas que Dios ha querido que sea «la unidad fundamental y natural de la sociedad» (Declaración universal de los derechos del hombre art. 16, 3). La televisión y los otros medios de comunicación social tienen un poder inmenso para sostener y reforzar esa comunión en el interior de la familia, así como la solidaridad con otras familias y un espíritu de servicio con respecto a la sociedad. La Iglesia —que es una comunión en la verdad y en el amor de Jesucristo, la Palabra de Dios—, agradecida por la contribución que la televisión, en cuanto medio de comunicación, ha dado y puede dar a esa comunión en el seno de las familias y entre las familias, aprovecha la ocasión de la Jornada mundial de las comunicaciones sociales de 1994 para animar a las mismas familias, a los que trabajan en el ámbito de los medios de comunicación y a las autoridades públicas a que realicen con plenitud su noble misión de reforzar y promover la familia, primera y más vital comunidad de la sociedad.

Vaticano, 24 de enero de 1994

JOANNES PAULUS PP. II

CENTRO TELEVISIVO VATICANO

Creado en 1983, el Centro Televisivo Vaticano se convirtió en 1996 en un organismo relacionado directamente con la Santa Sede. La función principal del CTV consiste en contribuir a la difusión del Evangelio, documentando con las imágenes televisivas el ministerio pastoral del Sumo Pontífice y las actividades de la Sede Apostólica (Estatuto del 1 de junio de 1998).

Los principales servicios que ofrece el CTV son: transmisiones en directo, servicios diarios, producciones y archivo.

TRANSMISIONES EN DIRECTO

El CTV filma íntegramente unos 130 eventos anuales en el Vaticano (Angelus, Audiencias Generales, otros actos o celebraciones), a los que hay que añadir las transmisiones con ocasión de los viajes del Santo Padre por Italia o por el resto del mundo. Las transmisiones en directo son retransmitidas por otras cadenas de televisión católicas. A petición de las diferentes cadenas de televisión del mundo, el CTV puede conectarse vía satélite para enviar la señal a los cinco continentes. Aún en fase de pruebas, el Angelus se transmite vía Intelsat directamente desde el Vaticano a América cada domingo. El CTV es el promotor de un proyecto para la difusión interactiva y multimedia de algunos importantes eventos que marcan el paso al Tercer Milenio.

SERVICIOS DIARIOS

El CTV graba diariamente las actividades públicas del Santo Padre y los principales actos que tienen lugar en la Sede Apostólica. Distribuye las imágenes a las agencias y a las televisiones que lo solicitan. Distribuye las imágenes grabadas al séquito del Santo Padre durante los viajes, preparando estructuras especiales para hacer copias en las proximidades de los centros de prensa. En el Vaticano puede ofrecer asistencia y facilidades a los corresponsales (equipo, asistencia de imagen y sonido, conexiones vía satélite, montaje, etc.).

PRODUCCIONES

En los últimos diez años, el CTV ha producido numerosos documentales sobre el Pontificado de Juan Pablo II, sobre el Vaticano y sobre las Basílicas romanas. Dichos documentos se han difundido a través de las televisiones y de vídeos, a veces también en inglés, en español y en otras lenguas. En la Pascua de 1998 se inició la transmisión del magazine semanal "Octava Dies" (de 25 minutos de duración), retransmitido por las emisoras católicas italianas y por la agencia APTN en versión "natural sound" en todo el mundo; también se encuentra en versión italiana e inglesa en esta página web.

ARCHIVO

El CTV gestiona, en un local de humedad y temperatura controladas, una videoteca de más de 10.000 cintas, con unas 4.000 horas de grabación de las imágenes del Pontificado de Juan Pablo II, una documentación exhaustiva a partir de 1984. A esta videoteca acuden las emisoras televisivas y los productores de documentales de todo el mundo. Gracias a un sistema de fichaje analítico y de memorización informatizada se pueden seleccionar las imágenes por circunstancias y temas específicos.

Los usuarios privados pueden solicitar las imágenes grabadas por el CTV en soporte VHS poniéndose en contacto con la secretaría, abierta de lunes a sábado de 9 a 13.

Centro Televisivo Vaticano

Via del Pellegrino – 00120 Ciudad del Vaticano

Director General P. Federico Lombardi, S.I.

Telf 39 06 698 85467/85233 – Fax 39 06 698 85192

E-mail ctv@ctv.va (Secretaría)

ctvteca@ctv.va (Archivo)

VISITA APOSTÓLICA A CANADÁ

RADIO Y TELEVISIÓN DE MENSAJES DEL PAPA JUAN PABLO II A LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DE CANADÁ

Aeropuerto Yellow Knife
Martes, 18 de septiembre 1984

Queridos hermanos y hermanas en Cristo Jesús,

Yo sé que todos ustedes entienden el sufrimiento que siento en este momento, el sufrimiento de profunda decepción. Con estos sentimientos, os deseo que lee el mensaje que he preparado para ti de mi visita.

"Gracia y paz a vosotros, de Dios nuestro Padre y del Señor Jesucristo" (2 Cor. 1, 2).

1. Desde el fondo de mi corazón quiero decirte lo feliz que me siento de estar con ustedes, los pueblos originarios de Canadá, en esta hermosa tierra de Denendeh. Es, en efecto, un honor para mí haber sido invitado a unirse con ustedes en esta celebración conmovedora espiritual, en la que muchos de ustedes participan no son católicos.

En vosotros saludo, con aprecio y la amistad, los descendientes de los primeros habitantes de esta tierra, que han vivido aquí por siglos y siglos. Para darle la bienvenida es para rendir homenaje de respeto a los principios de la sociedad humana en esta vasta región de América del Norte. Para darle la bienvenida es la de recordar con el plan de la reverencia de Dios y la Providencia, ya que se han desarrollado en su historia y te trajo a este día. Para darle la bienvenida en esta parte de su tierra es para evocar los acontecimientos de la vida humana que han tenido lugar en la escena de la creación original de Dios de la naturaleza majestuosa en estas partes. Al mismo tiempo, mi llegada entre vosotros se ve de nuevo a su pasado con el fin de proclamar su dignidad y apoyar a su destino.

Me doy cuenta de que muchos de ustedes han hecho la peregrinación de todas partes de Canadá - desde el congelado Ártico y las llanuras de pradera, de los bosques y las regiones de Lakehead, desde las grandes montañas y aguas costeras de Oriente y Occidente, Norte y Sur. Estoy muy contento de que nada le ha disuadido de asistir a esta reunión.

Entiendo que las principales organizaciones indígenas: la Asamblea de las Primeras Naciones, el nativo del Consejo, de Canadá, el Inuit Tapirisat de Canadá, el Consejo Nacional Metis - colectivamente decidimos a planear este evento espiritual, en este escenario el norte de la patria. Este tipo de cooperación, dada la diversidad de tradiciones culturales y religiosas que existen entre vosotros, es un signo de esperanza para la construcción de la solidaridad entre los pueblos aborígenes de este país.

Usted ha elegido como tema general para esta celebración: "La autodeterminación y los derechos de los pueblos aborígenes". Por mi parte, tengo el placer de ser capaz de reflexionar con vosotros sobre temas que tocan tan de cerca sus vidas.

2. Mi presencia en el medio día de hoy está destinada a ser otra expresión del profundo interés y preocupación que la Iglesia quiere mostrar a los pueblos nativos del Nuevo Mundo. En 1537, en un documento titulado *Pastorale officium*, mi predecesor Pablo III proclamó los derechos de los pueblos nativos de aquellos tiempos. Afirmó su dignidad, defender su libertad, afirmó que no podían ser esclavizados, ni privado de sus bienes o la propiedad. Al mismo tiempo, mi presencia marca una nueva fase en la larga relación que muchos de ustedes han tenido con la Iglesia. Es una relación que abarca cuatro siglos y ha sido especialmente fuerte desde mediados del siglo XIX. Los misioneros de Europa, no sólo de la Iglesia Católica, sino de otras tradiciones cristianas, han dedicado sus vidas a llevar el mensaje del Evangelio a los pueblos aborígenes de Canadá.

Sé de la gratitud que ustedes mismos, la India y los pueblos inuit, tienen para con los misioneros que han vivido y muerto en medio de ti. Lo que han hecho para que usted se habla de toda la Iglesia, sino que es conocido por todo el mundo. Estos misioneros se esforzaba por vivir tu vida, para ser como tú, para servirle y para llevar el Evangelio salvador de Jesucristo.

Lo que faltas e imperfecciones que había, lo que se cometieron errores, junto con cualquier daño involuntariamente como resultado, están ahora por todos los medios para reparar. Pero junto a esta entrada, presentada en la memoria de su historia, es el registro, con un sinfín de pruebas, de su amor fraterno. Jesús mismo nos dice: "Un hombre no puede tener amor más grande que el que da su vida por sus amigos" (Io. 15, 13).

Los misioneros siguen siendo uno de sus mejores amigos, dedicando sus vidas a su servicio, que predicán la palabra de Dios. La educación y la salud entre los que deben mucho a ellos, especialmente a las mujeres devotas como las Hermanas Grises de Montreal.

Ese renacimiento maravilloso de la cultura y las tradiciones que están experimentando hoy en día le debe mucho a los esfuerzos pioneros y continuas de los misioneros en la lingüística, la etnografía y la antropología. Indeleblemente inscrita con gratitud en su historia están nombres como Lacombe, Grollier, Grandin, Turquetil. La lista es larga.

3. Hoy quiero rendir un homenaje especial al Obispo Paul Piché, que celebra este año su vigésimo quinto aniversario como Pastor de esta diócesis inmensa. Obispo Piché, la Iglesia agradece a vosotros ya vuestros hermanos - al igual que su gente - para las comunidades que se han construido por la palabra de Dios y los Sacramentos. A través de vosotros quiero agradecer a todos los heroicos misioneros oblatos que el amor y la gracia de nuestro Señor Jesucristo inspirado para servir a los pueblos del Norte.

Sí, queridos indios y los inuit, los misioneros siempre han compartido en su vida cultural y social. De acuerdo con la doctrina del Concilio Vaticano II, se han esforzado con una mayor conciencia a mostrar, como la Iglesia desea ardientemente, el respeto cada vez mayor de su patrimonio, su idioma y sus costumbres (Ad Gentes, 26).

4. Es en el contexto de la estima y el amor que te traen el Evangelio de nuestro Señor Jesucristo, junto con su poder para consolidar sus tradiciones mediante el perfeccionamiento de ellos y ennoblecer aún más. Su evangelización trajo consigo la proclamación de "el nombre, la doctrina, la vida, las promesas, el reino, el misterio de Jesús de Nazaret, el Hijo de Dios" (Pauli VI, Evangelii nuntiandi, 22).

Fue la misma Iglesia que envió a los misioneros a que, de manera que es posible que reciba el dador de vida y el mensaje liberador de Jesús. Este mensaje se ha arraigado en sus corazones y se ha encarnado en su sociedad, así como el mismo Cristo se ha convertido en la India y los inuit en el que, a sus miembros. He hablado sobre este importante tema la semana pasada, tanto en Ste. Ana de Beaupré y en Midland.

A medida que predicar el Evangelio a usted, a los misioneros el deseo de permanecer cerca de ustedes en sus luchas y problemas, y en su legítima lucha para obtener el pleno reconocimiento de su dignidad humana y cristiana, como los pueblos aborígenes, como hijos de Dios.

5. En esta ocasión, como ya exaltar la contribución misionera que se ha hecho en los últimos años, hago un llamamiento a toda la Iglesia en Canadá a ser cada vez más sensible a las necesidades del Norte misionero. El Espíritu de Dios está llamando a la Iglesia a través de esta tierra a ejercer la plena medida de la responsabilidad compartida de las necesidades del pueblo de Dios en la vasta región del Norte. El poder del misterio pascual de Cristo que ha sostenido a los misioneros del pasado y el presente en la generosidad total no abandonarán a los jóvenes de hoy. Es el mismo Señor Jesús quien está pidiendo a toda la Iglesia en Canadá para ser fiel a su carácter misionero esencial - sin la cual no puede existir como la Iglesia de Dios.

Hago un llamamiento a los jóvenes entre los pueblos nativos de estar abierto a aceptar los papeles y responsabilidades de liderazgo. Yo igualmente un llamamiento a la juventud católica en medio de ti a estar abiertos a Dios llama al sacerdocio ya la vida religiosa, y pido a todos los ancianos católicos, líderes y padres de familia a mirar con honor a estas vocaciones especiales y para apoyar y animar a todos aquellos que libremente deseo de adoptar esta forma de vida.

6. Hoy he venido a los pueblos nativos queridos para proclamar de nuevo el Evangelio de Jesucristo y para confirmar sus requisitos. Yo he venido para hablar de nuevo acerca de su dignidad y para reiterar a Vuestra amistad de la Iglesia y el amor - un amor que se expresa en el servicio y cuidado pastoral. He llegado a asegurar, y todo el mundo, de respeto de la Iglesia por su antiguo patrimonio - por sus muchas costumbres ancestrales dignas.

Y sí, queridos hermanos y hermanas, he venido a llamar a Cristo, volver a proponer, para que usted y Canadá de todo, su mensaje de perdón y reconciliación. Se desprende de los antecedentes históricos que a lo largo de los siglos los pueblos han sido varias veces las víctimas de la injusticia por los recién llegados que, en su ceguera, a menudo visto toda su cultura como inferior. Hoy en día, afortunadamente, esta situación se ha invertido en gran

medida, y la gente está aprendiendo a apreciar que hay una gran riqueza en su cultura, y para tratar con mayor respeto.

Como ya he mencionado en Midland, ha llegado la hora de curar las heridas, para curar todas las divisiones. Es un tiempo de perdón, de reconciliación y de un compromiso para la construcción de nuevas relaciones. Una vez más en las palabras de san Pablo: "Ahora es el momento favorable, este es el día de salvación" (2 Co 6, 2.).

7. Mi predecesor Pablo VI explicó muy claramente que existe una estrecha relación entre la predicación del Evangelio y la promoción humana. Y la promoción humana incluye el desarrollo y la liberación (Pauli VI, Evangelii nuntiandi, 30-31). Y por eso hoy, al dirigirme a ustedes, les presento a usted el mensaje del Evangelio con su mandamiento del amor fraterno, con sus demandas de justicia y los derechos humanos y con toda su fuerza liberadora.

San Pablo quería que todos entendamos la importancia de la libertad cristiana - la libertad del pecado y de todo lo que nos esclavizan. Es San Pablo quien no cesa de clamar al mundo: "Cuando Cristo nos liberó, nos la intención de seguir siendo libres" (Gálatas 5, 1). Al mismo tiempo, tanto él como San Pedro nos proponen el principio de que la libertad no debe ser una excusa para la licencia (ibid. 5, 13., 1 Petr 2, 16).

Hoy quiero proclamar que la libertad que se requiere para una medida justa y equitativa de la autodeterminación en sus propias vidas como pueblos originarios. En unión con toda la Iglesia que proclama todos sus derechos, y sus deberes correspondientes. Y yo también condenan la opresión física, cultural y religiosa, y todo lo que en modo alguno privar a usted o cualquier grupo de lo que en justicia le pertenece a usted.

8. Es claramente la posición de la Iglesia que los pueblos tienen el derecho en la vida pública a participar en las decisiones que afectan sus vidas: "La participación constituye un derecho que debe ser aplicado tanto en lo económico y en los ámbitos social y político" (Iustitia en el Mundo , 1; Gaudium et spes, 75).

Esto es cierto para todo el mundo. Cuenta con aplicaciones especiales para usted, como los pueblos indígenas, en sus esfuerzos para tomar su lugar legítimo entre los pueblos de la tierra, con un grado justo y equitativo de los autónomos. Para que una superficie terrestre de los recursos adecuados, es necesario para el desarrollo de una economía viable para las generaciones presentes y futuras. Es necesario asimismo estar en condiciones de desarrollar sus tierras y su potencial económico, y para educar a sus hijos y planificar su futuro.

Yo sé que las negociaciones están en marcha y que la buena voluntad mucho se ha demostrado por todas las partes interesadas. Es mi esperanza y oración que un resultado totalmente satisfactorio se tenía.

9. Ustedes están llamados a poner todos sus talentos al servicio de los demás y ayudar a construir, por el bien común de Canadá, una civilización cada vez más auténtico de la justicia y el amor. Ustedes están llamados a una administración responsable y ser un ejemplo dinámico de la utilización adecuada de la naturaleza, especialmente en momentos

en que los daños por contaminación del medio ambiente y amenazan la tierra. La enseñanza de Cristo de la fraternidad universal, y su mandamiento del amor fraterno es ahora y para siempre una parte de su patrimonio y su vida.

10. Chers amis, vous les plus anciens habitants du Canada, tandis Que vous à votre histoire réfléchissez, tandis Que vous travaillez, en colaboración avec vos frères et soeurs, un modelador de votre Destinée et à votre que assume el rol pour le bien commun de Tous, rappelez- vous votre toujours de Que relación Filiale à Dieu de Se Traduit par l'observación commandements de ses. Ils sont dans vos Ecrits coeurs, et-Saint-Jean-les-quand il dit Résume: "hijo Voici commandement: avoir foi es hijo de Fils Jésus-Christ, et nous aimer les uns les autres comme il nous l'commande uno. Et celui qui est un fidèle sesiones commandements demeure en Dieu et Dieu en lui; (. 1 Io 3, 23-24) et nous reconnaissons qu'il nous en demeure, puisqu'il nous donne un hijo de Esprit ". C'est l'Esprit qui nous Permet De croire en Jesus et de nous aimer les uns les autres.

Su posesión más grande, queridos amigos, es el don del Espíritu de Dios, el cual tenéis en vuestro corazón y que te lleva a Cristo y, por medio de Cristo, al Padre. Con mucho amor para todos ustedes, mi indio y los hermanos de los inuit y hermanas, os bendigo en el nombre del Padre y del Hijo y del Espíritu Santo. Amén.

**CARTA DEL SECRETARIO PAPAL, CARD. AGOSTINO
CASAROLI, EN NOMBRE DEL SANTO PADRE, AL
SECRETARIO GENERAL DE LA ASOCIACIÓN CATÓLICA
INTERNACIONAL PARA LA RADIODIFUSIÓN Y LA
TELEVISIÓN (UNDA)**

Querido padre Desautels:

Estando reunidos en Manila en asamblea general los representantes de las Asociaciones nacionales de la UNDA mundial, el Santo Padre desea expresar a usted y a todos los participantes su profundo interés pastoral y su cercanía a través de la oración.

Su Santidad se complace de tener esta oportunidad para alentar a usted y a los miembros de la UNDA de todo el mundo, a que prosigan su valioso apostolado que juega un papel tan vital en la misión evangelizadora de la Iglesia. Las palabras que os dirigió con ocasión de las bodas de oro de la Asociación, siguen vigentes: "Tened la seguridad de que son imprescindibles en el mundo de hoy vuestros trabajos y afanes. La Iglesia os necesita, os estima, cuenta confiadamente con vosotros en el campo especializado de vuestro servicio a la fe católica" (Mensaje del 25 de octubre de 1978; L'Osservatore Romano, Edición en Lengua Española, 12 de noviembre de 1978, pág. 10).

La necesidad de un testimonio cristiano vigoroso, de una implicación católica activa y de la presencia de la Iglesia de Cristo y del Evangelio de Cristo en el mundo de la comunicación de masas, se ha puesto de relieve una vez más en el Sínodo de los Obispos que acaba de concluirse en Roma. Los padres sinodales hablaron en sus intervenciones reiteradamente del gran impacto de la radio y la televisión en la familia moderna, resaltando el poder e influencia de los medios de comunicación para bien o para mal, en la vida de cada uno de los miembros de la familia.

Después de estos días que habéis pasado estudiando el papel de la UNDA en los medios de comunicación de todo el mundo, estáis en excelente situación para reflexionar sobre vuestras actividades en relación con la familia. De este modo, como Organización católica internacional, oficialmente reconocida, contribuiréis a encontrar soluciones concretas para los problemas de que hablaron los padres sinodales en la última Asamblea.

Por tanto, la pregunta planteada a vuestra consideración es ésta: ¿Qué papel correspondería a la UNDA y a sus miembros en los años 80?; y más concretamente, ¿qué se podría hacer en los tres años que van desde esta asamblea general a la próxima, para garantizar que el alimento proporcionado a las familias del mundo por la radio, la televisión y los demás medios de comunicación, sea de verdad sano y beneficioso?; ¿qué podríais hacer para promover eficazmente los valores cristianos en los programas transmitidos por las ondas?

Se entiende bien que no es fácil responder a estos interrogantes por el hecho de que muchos de los factores implicados en los mismos están fuera de vuestro control inmediato. Sin embargo, vuestra Organización puede contribuir en gran medida a planificar el porvenir de las emisiones. Podéis influir en las filas de los profesionales con vuestra presencia y con el respeto que os ganéis por la calidad de vuestras producciones, con la atención pastoral a los agentes de la comunicación y también con vuestra colaboración en la formación de la opinión pública, incluidos los esfuerzos por preparar a quienes reciben la información, para que utilicen con provecho los medios que se les brindan. Que vuestras deliberaciones os ayuden, con el auxilio de Dios en estos y otros esfuerzos importantes, a conseguir el mayor impacto posible de vuestra colaboración en provecho del Evangelio de Nuestro Señor Jesucristo.

Vuestra asamblea general se está celebrando esta vez en el corazón del "mundo en vías de desarrollo". Es ésta una circunstancia muy acertada porque indica la importancia que la UNDA atribuye a sus muchos miembros (que siguen aumentando) de Asia, África y Oceanía. Al mismo tiempo premia merecidamente a los miembros numerosos y excelentes que sirven a la Iglesia en esos países con tanta dedicación y competencia.

Es también satisfactorio ver que el Congreso actual está teniendo lugar en estrecha conexión con la asamblea plenaria de la Organización Internacional Católica OCIC, hermana de la UNDA. El propósito laudable de las dos Organizaciones de fomentar colaboración mutua más intensa, ha quedado más evidenciado ahora al asumir conjuntamente la iniciativa del grupo "Media", puesta en marcha hace poco con el propósito de promover y coordinar el uso mundial de los varios medios audiovisuales en proyectos de evangelización y catequesis. La Santa Sede aplaude y alaba esta cooperación fraterna creativa y generosa, y alienta este compartir la responsabilidad en los casos en que garantice que los medios se conservan mejor o se alcanzan resultados más provechosos de los que se alcanzarían llevando a efecto individualmente los propósitos.

Si acaso se viera, a la luz del cambio de circunstancias, la necesidad de reestructurar las Organizaciones católicas de los medios de comunicación a fin de servir mejor a la causa de la evangelización, se recomienda que todo cambio sustancial se haga después de largo y cuidadoso estudio de los elementos pertinentes, y se ponga en práctica durante un período de prudente experimentación y evaluación concienzuda. El criterio último debe permanecer siempre: ¿Qué tipo de actividad servirá mejor para anunciar el mensaje salvífico de Cristo? ¿Qué tipo de acción cuadrará mejor a la causa de la evangelización de todo el mundo?

En los momentos actuales la radio está llamada a asumir crecientes responsabilidades en la proclamación de la Palabra de Dios a las naciones. Es evidente que se dan ciertas circunstancias en que los mass-media proporcionan el único instrumento capaz de anunciar el Evangelio a amplios sectores de los habitantes del mundo. Por ello, el Papa mira a vosotros, miembros de la UNDA, con gran esperanza y expectación. Os exhorta con las palabras del Evangelio a "ir delante del Señor para preparar sus caminos, para dar la ciencia de la salud a su pueblo" (Lc 1, 76-77).

Su Santidad implora la ayuda de la Santísima Virgen María, Madre de Dios y Madre de la Iglesia, sobre todos los reunidos en Manila. Pide al Espíritu Santo que os dé valentía y

coraje en los esfuerzos por construir el Reino de Dios. En el amor del Salvador resucitado os imparte cordialmente su bendición apostólica.

Quiero manifestaros que tengo gran interés por vuestro trabajo y oro por vosotros y os deseo los mejores frutos para el Congreso.

Afectísimo en Cristo.

Cardenal Agostino CASAROLI

LA TELEVISIÓN CATÓLICA: UNA NECESIDAD PASTORAL URGENTE

Mensaje de Mons. Antonio Ma. Rouco Varela, Cardenal-Arzbispo de Madrid, en la que ofrece líneas pastorales para que la televisión promueva una visión de la vida concorde al Evangelio.

La Televisión Católica: Una necesidad pastoral urgente
Madrid, 7 de octubre de 2006

Mis queridos hermanos y amigos:

Nadie duda hoy después de medio siglo de experiencias de la Televisión y con la Televisión como el medio de comunicación social más característico de nuestro tiempo, que se trata de un instrumento de colosal influencia en la configuración de las costumbres y valores de todo orden –económicos, políticos y culturales– que rigen la sociedad actual, y a la que no se escapa tampoco la determinación de los principios y criterios personales más íntimos en las vidas de las personas, más aún, de sus convicciones morales y religiosas, e, incluso, de su fe.

Si la Iglesia entró de lleno en el campo de los modernos medios de comunicación social desde los primeros albores de la prensa escrita –¿cuántos no recordarán todavía las campañas de “la buena prensa” organizadas en la primera mitad del siglo pasado?–, convencida de que en ese mundo nuevo, pública y globalmente intercomunicado, se ventilaban en grande y decisiva medida las posibilidades de la acogida de la fe y de la evangelización del hombre contemporáneo, ¿cómo no iba a entrar incluso con mayor interés e intensidad en ese espacio nuevo de la comunicación de masas, extraordinariamente atractivo y fascinante, que se sirve no sólo de la transmisión del sonido, sino también de la imagen? Todas las investigaciones sociológicas, y los datos estadísticos que arrojan, nos revelan que el seguimiento de la Televisión ocupa en la vida familiar y en el de las personas individuales un largo espacio de su jornada diaria. La sugestión que ejerce sobre los niños y los jóvenes, en una etapa extraordinariamente delicada en la formación de su personalidad humana y cristiana, es bien conocida de los que son responsables directos de su educación integral: en la familia, en primer lugar, y, luego, en la escuela, y, por supuesto, en las comunidades parroquiales u otras realidades eclesiales a las que pertenecen.

La Iglesia se halla, por su parte, inmersa en un momento histórico de su vida, en el que la toma de conciencia de lo que constituye lo más esencial de su misión –el anuncio de Jesucristo, la Evangelización– ha centrado sus mejores y más ricas energías. La llamada de Juan Pablo II a una Nueva Evangelización y el impulso luminoso y vigoroso de Benedicto XVI, en su primer año de Pontificado, para ofrecer al mundo la luz de la fe en el encuentro con la razón son los signos más relevantes de esa conciencia histórica, tan clarividente y tan dinámica apostólicamente. Una razón tan orgullosa hoy de sus éxitos científicos,

tecnológicos y económicos, pero que posterga y olvida –cuando no desprecia– la búsqueda de la verdad en toda su hondura y plenitud, es decir, la verdad que ilumina el camino de la salvación para el hombre en el tiempo y en la eternidad.

La pregunta por el presente y el futuro pastoral de la Iglesia se presenta ineludible: ¿es viable ese urgente y apremiante objetivo de la Evangelización en el contexto social y cultural de nuestro tiempo sin los modernos medios de comunicación social con su capacidad de llegar a la masa de la población? ¿Más específicamente, sin la televisión? Evidentemente, no. Nuestro III Sínodo Diocesano de Madrid, asimilando y aplicando la doctrina del Concilio Vaticano II y el magisterio pontificio ulterior, enseñaba en el significativo apartado dedicado a “la participación de todo el Pueblo de Dios en la vida y en la misión de la Iglesia”: que es preciso “sostener y promover los medios de comunicación en los que se reconoce una visión de la vida concorde o lo más abierta posible al Evangelio y a las orientaciones de la Iglesia”, y que, además, se debe de “impulsar la formación de profesionales de la comunicación que sean testigos de la fe, y apoyar a los que ya lo son”, tratando de “formarlos en el uso de las nuevas tecnologías para difundir los contenidos evangélicos” (Const. 208).

El ámbito y las modalidades de lo dispuesto sinodalmente para la acción pastoral diocesana y el compromiso de los católicos respecto a su presencia en la televisión han quedado claras: necesitamos urgentemente profesionales católicos de la comunicación en el medio televisivo, sea cual sea su titularidad civil –estatal o de iniciativa social– o eclesial, pero necesitamos, simultáneamente, medios televisivos propios de la Iglesia bajo la forma de titularidad jurídico-canónica que proceda. En una palabra: ¡necesitamos la televisión católica! Colocado actualmente el poderoso instrumento de comunicación e influencia social, que significa la televisión, en el centro mismo del torbellino actual de los intereses del “poder” –del poder económico, cultural, ideológico y político–, no le queda a la Iglesia otro espacio íntegro y suficiente de libertad para el ejercicio de su misión evangelizadora en el pluriforme y tantas veces perturbador mundo de las televisiones actuales que no sea el de un espacio televisivo propio: el que proporciona la Televisión Católica.

Esta semana, en sus primeros días, Madrid acogerá el I Congreso Mundial de Televisiones Católicas, organizado por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales y por el Arzobispado de Madrid: ¡una excelente ocasión y un foro de diálogo y de cooperación pastoral sobresaliente para que los católicos españoles, y, singularmente, los madrileños, comprendan y apoyen firme y generosamente el proyecto, cada vez más cuajado técnica y eclesialmente, de nuestra Televisión diocesana, TMT, asociado al gran proyecto común de la Iglesia en España, Popular Televisión! Proyecto que se destaca, dentro del panorama de las ofertas televisivas existentes, por sus programas informativos y formativos, de entretenimiento y diversión, en los que la positiva y clara propuesta de la visión de la vida inspirada y configurada por el Evangelio de Jesucristo, testimoniado y vivido en la Comunión de la Iglesia, constituye su criterio determinante.

A la Virgen de La Almudena encomendamos los frutos de este Congreso. ¡Que podamos avanzar en ese gran proyecto de evangelización que es la Televisión Católica en España! Y que la Archidiócesis de Madrid avance en el empeño de hacer realidad, a través de los

Medios de Comunicación, el que fue el gran objetivo de su III Sínodo Diocesano: transmitir la fe a los madrileños, especialmente a los más jóvenes.

Con todo afecto y mi bendición,

IDEARIO MARCO DE LA TELEVISIÓN CATÓLICA

Como anexo a las conclusiones del primer Congreso mundial de televisiones católicas, celebrado en Madrid del 10 al 12 de octubre de 2006, el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales ha distribuido este «Ideario marco de la televisión católica».

Ideario marco de la televisión católica

1. Naturaleza

La naturaleza de toda televisión católica (TVC) se fundamenta en su identidad eclesial y se inscribe en la misión evangelizadora de la Iglesia a fin de transformar, según el Evangelio, la sociedad en general y la opinión pública en particular.

Esta naturaleza básica ha de ser completada con las señas de identidad específicas y tradiciones del lugar en la que está situada.

La TVC ha de ser independiente de todo partidismo o poder político, económico e ideológico, a fin de poder cumplir libremente su misión evangelizadora y social.

2. Fines

De acuerdo con este carácter propio, la TVC ha de establecer entre sus fines los siguientes:

Orientar a la opinión pública con criterio cristiano y divulgar la vida y doctrina de la Iglesia.

Difundir un modelo de hombre y de sociedad, abierto a la trascendencia y enriquecido por la conciencia moral y por la fe religiosa cristiana.

Colaborar en la salvaguarda de la paz y de los derechos humanos, así como en la promoción humana, social y cultural de la población, especialmente de los más pobres, conforme a la doctrina social de la Iglesia.

Contribuir a la implantación cultural de la concepción cristiana de la defensa de la vida, del matrimonio y de la familia.

Ofrecer contenidos televisivos que pueden enmarcarse dentro esta temática y ayuden a la educación, a la construcción social, a la solidaridad y a la convivencia.

Difundir las legítimas peculiaridades culturales y artísticas de la población a la que se dirige.

3. Compromisos

En coherencia con la naturaleza y fines señalados, la TVC ha de establecer para sí los siguientes compromisos:

La identidad cristiana y eclesial de la TVC ha de impregnar su estilo y su funcionamiento empresarial, editorial y laboral.

La TVC se impone a sí misma, en la medida de sus posibilidades, el empeño por la calidad profesional y cuidará esmeradamente la formación de sus trabajadores.

Tanto en sus servicios informativos como en los programas de opinión, la TVC comprobarán con rigor la verdad de los hechos y la fiabilidad de sus fuentes noticiosas. Los errores serán subsanados con la rectificación oportuna.

La TVC observará en sus emisiones el respeto a las personas e instituciones y el diálogo civilizado.

La TVC estará comprometida con las necesidades y aspiraciones de la sociedad en la que se sitúa, constituyendo esta opción una señal indentificativa más de este medio católico ante la opinión pública.

Las personas que son llamadas a cualquier responsabilidad en la TVC, tienen el derecho y el deber de conocer previamente el Ideario. La aceptación de un cargo de índole redaccional implica también la asunción de los compromisos morales y profesionales exigidos por el Ideario.

En la programación de la TVC han de ocupar un puesto destacado los programas explícitamente religiosos, que reflejen e interpreten la actualidad de la Iglesia, y en cuya realización mantendrá, como en el resto de sus contenidos televisivos, una estrecha comunión con el Magisterio de la Iglesia y sus legítimos pastores.

CONCLUSIONES DEL PRIMER CONGRESO MUNDIAL DE TELEVISIONES CATÓLICAS

El Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, ofrece la síntesis del encuentro celebrado por los Comunicadores católicos que hoy día producen televisión en el mundo.

Conclusiones del Primer Congreso Mundial de Televisiones Católicas

Con la participación de 300 delegados de 48 naciones, y muchos más «congresistas virtuales» a través de Internet, se celebró en Madrid del 10 al 12 de octubre de 2006 el primer Congreso mundial de televisiones católicas.

El Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, institución que convocó el encuentro, ha publicado posteriormente las conclusiones del mismo en las que se recoge la síntesis de los aspectos más importantes y significativos del trabajo realizado en Madrid.

«Estas conclusiones son un punto de partida que ofrece algunos criterios fundamentales para ‘ser’ católicos en televisión y ‘hacer’ televisión católica en medio de nuestra sociedad», afirma la nota con la que el Consejo vaticano las ha distribuido.

Conclusiones del Congreso Mundial de Televisiones Católicas Los Negrales, Madrid, 10 al 12 de octubre 2006

Introducción

«El rápido desarrollo de las tecnologías en el campo de los medios de comunicación es seguramente uno de los signos del progreso de la sociedad actual» (El rápido desarrollo, 1). Ello supone para nosotros un reto permanente.

Nos hemos reunido en este Congreso Mundial representantes de iniciativas católicas de televisión, procedentes de 48 países del mundo, para intercambiar experiencias y poner en marcha unas formas de cooperación que ayuden a las entidades de televisión católica en el mundo, que tienen muy diversos modelos de presencia y a veces afrontan grandes dificultades para realizar su labor.

El fundamento de nuestro quehacer profesional encuentra su expresión en las palabras del recordado Papa Juan Pabo II: «La comunicación entre Dios y la humanidad ha alcanzado por tanto su perfección con el Verbo hecho carne. (...) Reorientados en la perspectiva de tal comunicación última y decisiva, los medios de comunicación social se revelan como una oportunidad providencial para llegar a los hombres de cualquier latitud, superando las barreras del tiempo, del espacio y de la lengua, formulando en las más diversas

modalidades los contenidos de la fe, y ofreciendo a quien busca puertos seguros que faciliten un diálogo con el misterio de Dios revelado plenamente en Jesucristo». (El rápido desarrollo, 5).

Las personas en la nueva cultura comunicativa

El vertiginoso desarrollo de las tecnologías de la comunicación ha llevado no sólo a la convergencia digital, sino también a la integración entre los medios y los contenidos. Por ello las plataformas tecnológicas se constituyen cada vez más en instituciones culturales. Esa novedad se expresa no sólo en la multiplicación de los canales, de los formatos, de los lenguajes, sino también de las maneras de racionalidad, que generan nuevas sintaxis y que ignoran las relaciones clásicas entra la causa y sus consecuencias. El cambio cultural en el que estamos inmersos supone una nueva mirada antropológica, y el estudio de la realidad mediática como oferta de sentido.

Es importante comprender el surgimiento de un nuevo usuario de los medios. El televidente demanda hoy una variedad de contenidos en los que se aúnen el aspecto cognitivo y el emocional, capaz de generar nuevas relaciones. La interactividad desdibuja la antigua relación entre emisor y destinatario e impulsa los vínculos entre los usuarios entre sí, que se convierten en interlocutores privilegiados, en sujetos activos que no son masa. El medio televisivo es uno de los protagonistas de la complejidad en los procesos comunicativos de hoy, marcado por el consumo. Nuestra respuesta a esa complejidad es el esfuerzo por defender la dignidad de toda persona y su dimensión familiar y social, ante la amenaza del individualismo también a veces fomentado por el curso de los avances tecnológicos.

Por ello una concepción utilitarista del medio televisivo sería insuficiente para afrontar la transformación cultural que marca nuestra actividad: se trata de un fenómeno cultural global. Ello exige no sólo seguir muy de cerca el desarrollo tecnológico, sino también comprender la incidencia de éste en la persona y la sociedad. Hemos de establecer relaciones comunicativas con nuestros públicos, comprendiendo su diversidad de estilos y lenguajes. Debemos tener en cuenta que las nuevas tecnologías conducen al «narrowcasting», dado que la audiencia es más fragmentada. Apostamos por una estética televisiva de persuasión y de esperanza. Una estética que integre cuatro procesos característicos de nuestro momento mediático: la integración de formas artísticas y la tecnología; la interactividad, la capacidad de simulación de la realidad y de la vida en otros entornos; y una nueva narratividad, basada en el testimonio cristiano. Nuestros programas deben caracterizarse por utilizar el lenguaje televisivo -desde los criterios estéticos y profesionales- que suscite interés y testimonie la belleza de la creación.

Identidad católica en la diversidad de estilos

La percepción de la identidad católica proviene de una experiencia y una fe compartidas. Nuestra definición de la identidad católica de las televisiones es, de algún modo, dinámica.

Ser católico conlleva una mirada de servicio hacia la humanidad entera y un mensaje universal, destinado a toda persona humana, que pretendemos ofrecer en cada una de nuestras producciones y emisiones. Deseamos comunicar la vivencia y los contenidos

íntegros de nuestra fe; tomar conciencia de lo que se vive y saber comunicarlo, sirviendo a la verdad y suscitando un clima de unidad y comunión en la sociedad. La televisión es un medio indiscutible para la Evangelización y un servicio pastoral que exige profesionalidad y formación especializada, pues la imagen televisiva es, para muchos de nuestros contemporáneos, la primera fuente de sentido humano y religioso, pórtico de la construcción del sujeto en una cultura fragmentada.

La vivencia católica en televisión se manifiesta en el respeto a la naturaleza del medio, en formatos, géneros, principios de programación. Esta presencia católica está llamada a crecer y consolidarse en los mercados, incluso ante los oligopolios y la propuesta de otros actores religiosos, lo cual es una fortaleza y no un punto de debilidad.

La articulación de las iniciativas católicas deviene una expresión pública de identidad como servicio a la comunidad humana y cristiana. Por ejemplo, en Europa la televisión como servicio público ya no se entiende desde una dependencia exclusiva del Estado. Parte de sus notas definitorias y prestaciones habrán de ser asumidas por las televisiones católicas como un auténtico servicio a la ciudadanía.

La identidad católica cristaliza en una serie de principios que debe tener presente toda televisión católica:

- Emanada de la iniciativa o con la cobertura de una autoridad eclesiástica o de una organización católica. La catolicidad como nota distintiva del canal debe estar acreditada en y desde la experiencia cristiana de universalidad. La propuesta televisiva católica debe estar conformada en toda su programación, tanto en la específicamente religiosa como en la generalista, por la visión cristiana del hombre y del mundo.
- En su visión enraíza sus objetivos en los valores del Evangelio, en los principios de la Iglesia sobre la promoción íntegra de la persona humana. «Se hace preciso un sistema de gestión que pueda salvaguardar la centralidad y la dignidad de la persona, la primacía de la familia, célula fundamental de la sociedad, y la correcta relación entre las diversas instancias.» (El rápido desarrollo, 10).
- Se debe presentar con todas las garantías jurídicas y las normas nacionales e internacionales reglamentarias. No hay que dejar lugar a la improvisación, el amateurismo o la precariedad.
- Debe proveerse de una base económica destinada a sostener el presente y los desarrollos futuros necesarios de una institución capaz de autofinanciarse.

Presentamos un ideario fruto del trabajo de un grupo y que se publicará en el volumen de las Actas (ver anexo).

Creación de una red de entidades y servicios

«La multiplicidad de las iniciativas, en tantas de las cuales se evidencia un impulso del Espíritu Santo, aconseja ahora una mayor colaboración entre ellas y un verdadero esfuerzo

por elevar su calidad profesional, de modo que se facilite un diálogo más vivo entre la Iglesia y el mundo. A este respecto, cada institución aporta elementos peculiares al conjunto de la voz católica en el mundo mediático.» (Emmo. Cardenal Tarcisio Bertone, Secretario de Estado).

Durante el Congreso estudiamos diversas formas de colaboración que expresen nuestra unidad y la riqueza de nuestra diversidad. Una de las grandes necesidades sentidas por todos es la de una mayor formación para elevar la calidad de las producciones audiovisuales.

El Banco de Programas Televisivos Católicos, que surge también de una inquietud largamente sentida, ya cuenta con casi ciento cincuenta títulos y que ha suscitado un amplio interés. Se trata de un deseo largamente compartido por muchas entidades: el de hacer y ser red, una red de servicios, de experiencias profesionales y de programación. Para dar seguimiento a esta iniciativa se estudiarán las posibles plataformas tecnológicas disponibles, un marco jurídico que contemple los derechos de autor a escala internacional, y la estructura básica para realizar el intercambio.

Otra iniciativa que genera red y que expresa la comunión afectiva y efectiva en la Iglesia es el Centro Televisivo Vaticano. Algunas de las prioridades sentidas y expresadas son la creación de una estrategia de distribución de retransmisiones televisivas en directo a nivel regional y continental vía satélite; la creación de centros continentales capaces de difundir las retransmisiones; la mejor organización desde Roma del servicio de distribución de textos e informaciones para las retransmisiones; y la necesaria e ineludible integración y presencia en Internet de los contenidos producidos por el Centro Televisivo Vaticano en el contexto de la coordinación de las iniciativas vaticanas sobre la red.

Experiencias como la de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL) y el método con el cual ésta ha sido construida, constituyen una buena fuente de inspiración para la tarea integradora que estamos iniciando.

Existe una confluencia de intenciones y espíritu entre los dos Congresos Internacionales organizados recientemente por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones sociales: el Congreso Continental Iglesia e Informática, celebrado en Monterrey (2003) y el presente de Madrid: los dos han impulsado la creación de redes y la articulación de las iniciativas eclesiales en un espíritu de solidaridad y atención a las entidades más desprovistas.

Grupos de Trabajo y Talleres

Las propuestas de los talleres de trabajo pueden sintetizarse en las siguientes afirmaciones:

1) Este Congreso nos ha demostrado que podemos y debemos trabajar juntos. Existen muchas productoras y canales de televisión que compartimos los mismos intereses, inquietudes y dificultades. Los contactos con la gente que se esfuerzan de alcanzar objetivos similares son un servicio incalculable. En la Iglesia tenemos la mejor y la más completa red de comunión-comunicación en el mundo. Este hecho facilita la relación entre profesionales; y facilitaría la creación de un grupo de apoyo necesario para la gente que trabaja en un área de televisión y tenga dificultades.

2) Consideramos que la experiencia cristiana y la buena voluntad son necesarias pero no motivos suficientes para trabajar en una televisión católica. La Iglesia apoya la profesionalidad tanto en el área técnica como en la elaboración de contenidos. Sería conveniente no sólo crear una red de televisiones católicas, también una red de comunicadores católicos de televisión. Es importante que exista un equipo que lidere esa red. Se propone que el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales elija a un grupo de expertos para que formen el equipo directivo de esa red.

3) La profesionalidad en el trabajo de una televisión católica requiere habilidades técnicas, prácticas, de ejercicio de un periodismo de calidad; formación humanística; experiencia cristiana o, al menos, sensibilidad y apertura hacia el hecho cristiano, según el grado de responsabilidad para la tarea encomendada.

4) La formación de los profesionales católicos debe ser doctrinal, espiritual, intelectual y técnicamente intachable. Es necesaria una formación específica para el trabajo en cada medio. La formación debe ofrecer unos criterios éticos claros para el ejercicio profesional. Se solicita una colaboración más estrecha con las Universidades, particularmente las de inspiración y creación católica, y entre éstas, para la formación específica y continuada de los profesionales que trabajan en las televisiones. Se estima necesaria la creación de redes de Universidades católicas que faciliten la formación profesional. También se demanda un acompañamiento pastoral a los periodistas. Es necesaria la promoción de vocaciones docentes en las Universidades católicas. Una apuesta decisiva de este Congreso es la educación responsable para el uso de los medios de comunicación en los más variados públicos.

5) Es necesario un mayor desarrollo dentro de la televisión católica del «management» profesional. La televisión católica, por sus características específicas, debiera sostenerse, además de con los sistemas y medios habituales de financiación, con la base de las aportaciones de la comunidad a la que sirve.

6) Se ha sugerido concienciar a la comunidad católica de la necesidad de patrocinios de canales y programas de TV. Se propone la posibilidad de que los países con mayor desarrollo apoyen a las estaciones televisivas de los países menos desarrollados. Debemos invertir en nuevas tecnologías, en desarrollar modelos de marketing (y comerciales), y establecer criterios comunes para el discernimiento en la selección de la tecnología más adecuada a las circunstancias de cada cual.

7) La televisión generalista presenta una serie de oportunidades para una presencia católica que hay que aprovechar. La presencia y propuesta católica en la televisión generalista debe adaptarse a los formatos, programas y a la naturaleza plural de las audiencias.

8) La WebTV es una de las apuestas de futuro, y puede abaratar costos. La gente está habituada y quiere pagar por los contenidos de los servicios de los teléfonos móviles. Recomendamos desarrollar contenidos comercialmente viables para transmitir en los móviles, lo antes posible. En algún sitio de la cadena multimedia (TV tradicional, webTV y

TV para móviles), de alguna manera, debemos presentar contenidos de profundidad antropológica y religiosa.

9) Antes de pensar en nuevos formatos de programas, se deben tener claros los principios que sustentan los contenidos de los nuevos formatos. Es necesario que la televisión católica se adapte a los nuevos cambios que está sufriendo el mundo televisivo. Hay que implicarse en una búsqueda de formatos activos y dinámicos. Para desarrollar los nuevos formatos hay que tener en cuenta el entorno multimedia interactivo. No podemos renunciar al principio de la claridad en los mensajes, en los contenidos, en los formatos.

10) En una televisión, la parrilla es fruto de una línea editorial basada en una filosofía empresarial. La televisión convencional no es el único modelo de televisión, están emergiendo nuevos soportes y nuevos modelos televisivos que interactúan entre sí. Para saber construir una parrilla de programación es necesario un estudio de la audiencia. No hay parrilla de programación consolidada sin una línea editorial buena que responda a la filosofía empresarial del medio. La parrilla debe ayudar a fidelizar a la audiencia, en un entorno de compulsividad en algunos espectadores.

11) La Misa sigue siendo el programa de mayor audiencia en la mayor parte de los canales de televisión.

Han quedado abiertos y de algún modo iniciados, otros temas de reflexión y pistas para la posible colaboración entre las entidades, tales como la constitución de informativos católicos en diversas lenguas, la constitución de un grupo de expertos en las distintas áreas del trabajo televisivo (consultores en tecnología, en guionaje, formación, gestión empresarial, etc.) que puedan ofrecer servicios al conjunto de las entidades católicas, la colaboración con universidades católicas para la formación de responsables de las televisiones, etc.

Este Congreso, más que un final, marca el principio de una fase de mayor cohesión entre las entidades, que está encontrando modos de expresión variados y útiles para todos.

27 CONSEJOS PARA VER LA TELEVISIÓN

Documento elaborado por FEDEPADRE para ofrecer consejos sobre el uso de la televisión al servicio de la persona.

Reproducimos a continuación un documento que consideramos de sumo interés: la lectura de los 27 consejos nos hace reflexionar sobre el uso de la televisión. Si los seguimos, lograremos que la televisión esté a nuestro servicio y no ser esclavos de ese medio de comunicación

El documento ha sido elaborado por FEDEPADRE, asociación que reúne a 150 mil familias chilenas

Una responsabilidad importante de los padres

1. Los padres debemos enseñar a nuestros hijos, tanto a ver espacios televisivos enriquecedores, como a no ver aquellos que puedan ser inconvenientes o que puedan afectarlos en su desarrollo integral como personas. Si los padres no enseñamos a ver televisión a nuestros hijos, ¿quién lo hará por nosotros?
2. Podemos enseñar a los hijos a que no hay que “ver televisión”, sino que ver programas de televisión. Así podremos desarrollar la capacidad de selección y de discriminación, que los habilitará para ver aquello que nos conviene y no mirar aquello que no nos conviene ver. Debemos preguntar a nuestros hijos ¿Qué programa quieren ver?, en lugar de ¿Quieren ver televisión?. No olvidemos que la televisión utilizada con el criterio de ayudar a la educación de los hijos puede ser una herramienta muy eficaz.
3. Para crear un criterio de selección al momento de ver televisión, es preciso evitar tener prendida la televisión cuando no hay nadie viendo un programa determinado. Siempre es positivo preguntarse: ¿Es necesario que en este momento esté prendido el televisor?. Cuantas veces la televisión permanece horas funcionando sin que nadie esté realmente viendo un programa determinado. Si la apagamos, cuando no es necesario que esté prendida, no solo ahorramos energía y dinero, sino que lo más importante, ganamos silencio y tiempo para nosotros mismos y para la familia.

Para que no se imponga el capricho del momento

4. Un buen modo de afirmar las ideas anteriores, es no tener a mano el control remoto. El “zapping”, o la costumbre de cambiar permanentemente de canal de televisión, es contrario al criterio de selección que debemos desarrollar en nuestros hijos. Por otro lado, “la lucha” por el control remoto muchas veces es injusta e inconveniente, ¿no sería preferible acordar

de antemano el programa que queremos ver, para no ser esclavos del control remoto, que nos lleva por un vagabundo interminable que no permite concentrarse ni entender ningún programa?. Si el “zapping” con el control remoto es inevitable, por que se está buscando qué ver, al menos es conveniente enseñar que todos tienen derecho a opinión, y que la selección del programa no es monopolio del mayor, el más fuerte o el dueño de la televisión, para así enseñarles a respetar los derechos y los gustos de cada uno de los miembros de la familia.

5. No es conveniente que nuestros hijos tengan un aparato de televisión en su habitación. Esta costumbre incentiva el aislamiento de nuestros hijos, provoca una adicción a la televisión y es contrario a la vida de familia. Tengamos presente que una adicción desordenada a la televisión impide el juego de nuestros hijos, el crecimiento de su creatividad y afecta inevitablemente la convivencia familiar.

6. Es siempre conveniente tener un horario preestablecido para ver programas de televisión. Como todas las cosas, la televisión tiene “su lugar” en la vida familiar, junto a otras actividades. En este punto debemos tomar conciencia que nuestro día sólo tiene 24 horas, y si le restamos el tiempo en que dormimos y trabajamos o estudiamos ¿cuánto tiempo libre nos queda?. ¿Es necesario dedicar el escaso tiempo libre que tenemos sólo a la televisión?. ¡Donde queda el tiempo para el juego, la amistad, la cultura, la imaginación y la convivencia familiar!

Cuándo no conviene

7. No usemos la televisión como una “niñera electrónica”, dado que ella no cuida verdaderamente a nuestros hijos, especialmente si los dejamos ver “lo que están dando”. Recordemos que la televisión, no puede dar cariño, ni es capaz de advertir a los niños de un eventual peligro. Cuando ambos padres trabajan, este criterio es especialmente importante.

8. No tengamos prendida la televisión cuando almorcemos o comamos en familia. Cuando se está juntos en familia, durante las comidas, toda nuestra atención debemos ponerla en compartir con nuestros hijos y cónyuge, cuidando ese verdadero tesoro que es estar juntos y con tiempo para conversar y conocernos mejor. No arruinemos o desperdiciemos los mejores momentos en familia “metiendo al medio” una intrusa como invitada principal, que obliga a ser vista y escuchada.

Con los hijos para que aprendan a enjuiciar

9. La capacidad de imitación que tiene el niño debemos orientarla hacia el conocimiento de personajes reales y ejemplares, por ejemplo deportistas, hombres ilustres, héroes de nuestra historia, personas destacadas en la ayuda a los demás, poetas, etcétera, y no hacia “héroes imaginarios”, “monstruos”, o personajes inexistentes. De esta forma, pondremos a su alcance las vidas de personas que han pasado haciendo el bien, y que merecen ser imitadas.

10. Los padres debemos tratar de acompañar a nuestros hijos a ver televisión. De esta forma podremos conocer verdaderamente los contenidos de los programas para tener juicios más apropiados al momento de emitir nuestra opinión sobre la televisión. Mirando televisión con ellos nos podremos dar cuenta de sus gustos o preferencias, y los efectos que los distintos programas pueden producir en cada uno de ellos.

11. Echarle la culpa a la televisión es la salida fácil. No conviene que los padres renunciemos a la posibilidad de que en la casa se vea siempre buena televisión, teniendo presente que en la programación de la televisión, si buscamos, podremos encontrar casi siempre buenos programas, y que nos corresponde a nosotros el deber y la responsabilidad de ser los principales formadores de nuestros hijos.

Ir por delante para seleccionar con criterio

12. La experiencia demuestra que no es conveniente que los niños y jóvenes puedan ver el programa que se les antoje, sobre todo los más pequeños. Tampoco conviene dar por sentado que todos los programas llamados infantiles o de dibujos animados tienen un contenido adecuado para su edad.

13. Los padres debemos informarnos del contenido de los programas de televisión. Cualquier espacio que incluya sexualidad, violencia, maldad, permisividad, delincuencia, racismo, etcétera, no es apto para niños. Y los padres deben saberlo, y evitar que sus hijos los vean. Para lograr esto, se pueden consultar las guías de calificación de la programación de la televisión que se publican a instancias del Ministerio de Educación, del Consejo Nacional de la Televisión, y en revistas especializadas de educación de los hijos, como por ejemplo Hacer Familia o Educar.

14. Una vez informados del contenido de los programas de televisión respetemos la señalización de los programas infantiles: - para todo niño; - para niños mayores de 7 años; y para niños mayores de 12 años, establecida por los canales de televisión, y difundida tanto por el Ministerio de Educación como por el Consejo Nacional de Televisión, para el cuidado de los niños.

15. Hay que tener presente que los hijos deben aprender valores antes que nada en el ámbito de la familia. Cuidemos de explicar a nuestros hijos que los principios e ideales de los héroes o heroínas de la televisión son la mayoría de las veces son difíciles de aplicar en la vida diaria, donde a diferencia de la televisión, cada acto tiene un costo y una consecuencia positiva o negativa para ellos mismos.

Las alternativas son imprescindibles

16. Con imaginación y creatividad los padres de familia podemos esforzarnos en buscar alternativas a la televisión, fomentando el deporte, las visitas a museos y parques naturales, las sesiones de teatro, la proyección de videos, las conversaciones familiares, las prácticas de acciones solidarias a favor de los demás, etcétera.

17. La “cultura de la imagen” debe llegar a los niños por medios que no sea exclusivamente la televisión. Enseñémosles a nuestros hijos que fuera de la pantalla existen los paisajes, las puestas de sol, los jardines, los museos y exposiciones, los libros, etcétera, que son infinitamente más bonitos y reales que lo que puedan ver en la televisión. En este mundo hay tanto que ver y que mirar, pero, es necesario que como padres lideremos este esfuerzo, no perdiendo la capacidad de admiración, para que nuestros niños sigan nuestro ejemplo.

Educación en los criterios válidos y comprobar

18. Inevitablemente, y no obstante nuestros esfuerzos, habrá contenidos televisivos contrarios a nuestros valores, que nos parezcan inconvenientes o negativos para nosotros o nuestros hijos. Por ello fomentemos en familia el análisis crítico del contenido de los programas de la televisión. Para eso, acostumbremos a nuestros hijos a saber ver y distinguir lo bueno y lo malo que pueda contener un determinado programa de televisión.

19. Los padres tenemos que fomentar que los programas sean analizados y materia de conversación en reuniones de familia, por ejemplo en las comidas. Esto no solo enriquece la comunicación familiar, sino que es una excelente manera de conocer y dar un apoyo concreto a la educación de los valores de nuestros hijos.

20. Las familias, de a poco, pueden crear una videoteca con películas y documentales de interés para los niños, que contengan temas variados y entretenidos. Esta práctica no solo fomentará el gusto por la cultura y la entretenimiento en familia, sino que les servirá para ir creando un criterio selectivo al momento de ver televisión.

21. Algunos comerciales pueden ser tan peligrosos como los malos programas de televisión. Los padres debemos estar muy atentos para que la televisión no convierta a nuestros hijos en personas superficiales o consumidoras de todo lo que se anuncia. La gran oferta de bienes que existe en la televisión puede ayudarnos a educar a nuestros hijos en un “consumo inteligente”, basado en la satisfacción de las reales necesidades, más que la de los gustos. Nunca hay que hacer caso de la publicidad de juegos que inciten a la violencia, a la discriminación, y al racismo.

Pues afecta mucho en el desarrollo

22. Los padres de familia, tenemos el derecho y el deber de iniciar a nuestros hijos en una positiva y prudente educación sexual, que evite que una imagen distorsionada del amor humano y del sexo les sea transmitida a través de cualquier medio, y en particular los programas o avisos de la televisión.

23. No podemos dejar que nuestros hijos vean televisión de mala calidad. Si estos programas de televisión son vistos por nuestros hijos, confundirán la realidad con la ficción, se desorientarán y equivocarán al comprender y valorar el sentido de la vida. Transigir con la mala calidad de aquellos programas de televisión inadecuados para los

niños, dejando que los vean, equivale a hacerse cómplice de lo que sabemos distorsiona los valores que le servirán de fundamento para el resto de su vida, y atenta contra los derechos de la infancia.

Medio formativo no premio o castigo

24. Hay que evitar a toda costa que el ver o no ver televisión se convierta para los niños en un premio o castigo.

25. Los padres de familia podemos organizarnos para exigir una televisión de calidad, especialmente en horarios infantiles. Las actitudes groseras, los hábitos y comportamientos antisociales, las obscenidades del lenguaje, la pérdida del sentido de la autoridad, la vulgaridad y la frivolidad, la apología subliminal o directa de conductas reprochables, la discriminación de la mujer o su utilización como objeto sexual y cualquier menosprecio a la vida humana, deben ser erradicados, especialmente de los espacios que tengan a los niños como destinatarios.

Puede ser un buen medio pero trabajando

26. Ante una programación infantil con baja, discutible y reprobable calidad, los padres de familia tenemos la ineludible responsabilidad de poner en marcha una crítica constructiva, ejerciendo así nuestros derechos ciudadanos. Asimismo, y como contrapartida al esfuerzo realizado por muchos de quienes trabajan en el ámbito de la televisión, es conveniente incentivar una buena televisión, resaltando y difundiendo entre nuestros amigos los buenos programas de televisión.

27. El ejemplo es la herramienta más eficaz que tenemos los padres en nuestras manos. Si vemos mucha televisión, o postergamos nuestros deberes o actividades familiares o recreativas con nuestros hijos por ver televisión, o vemos televisión de mala calidad, ¿con qué criterio vamos a evitar que nuestros hijos vean aquellos programas negativos para ellos?

Pedro Pérez de la Blanca
<http://www.piensaunpoco.com/>
Tomado de Valores Humanos Nro 13

HOMILÍA DEL CARD. TARCISIO BERTONE CON MOTIVO DE 50 AÑOS EL REGRESO DE SANTA CLARA DE ASÍS

Patrona de la televisión

Asís
Domingo, 17 de febrero 2008

Excelencias,
Distinguidas autoridades;
Queridos hermanos y hermanas!

"Este es mi Hijo amado, en quien tengo complacencia. Escuchadlo" (Mt 17,5). El evangelio de hoy la liturgia ofrece a nuestra meditación nos lleva a una "alta montaña" y nos hace testigos de la Transfiguración de Cristo. Este evento tan extraordinario, que ocupa un lugar central en los Evangelios, es el momento de grandes cambios en el ministerio de Jesús, y por lo tanto, se incluyó en el itinerario de los domingos de Cuaresma, después de la una de las tentaciones en el desierto. Para comprender plenamente el significado de la Transfiguración - especialmente profundizado por los Padres de la tradición oriental - debemos tener en cuenta lo que ha sucedido antes y San Mateo nos dice en el capítulo dieciséis de su Evangelio. En Cesarea de Filipo, Jesús había hablado a sus discípulos esta pregunta: "¿Quién dicen que el Hijo del hombre". En su respuesta - "Unos, Juan el Bautista, Elías, otros, otros que Jeremías o uno de los profetas" - el Señor añadió: "Pero ¿quién decís que soy yo?. Es en este punto que Simón Pedro pronuncia la solemne profesión de fe: ". Tú eres el Cristo, el Hijo del Dios viviente" Y de nuevo a él, Jesús, "Tú eres Pedro y sobre esta roca edificaré mi iglesia". Los puntos evangelista señala que "desde entonces" el Señor comenzó a hablar "abiertamente" de su pasión, lo que indica las condiciones bien conocidas para el acto de seguir a él: negarse a sí mismos, tomar su cruz y seguirlo dócilmente. Con el misterioso episodio de la Transfiguración, el Mesías quiere preparar a sus discípulos que el evento de clave a través de su misión, y que su muerte y resurrección. La oscuridad de la pasión es evocada como un contraste con la luz gloriosa de la Transfiguración. Esto también se aplica a nosotros hoy, para que podamos comprender el verdadero significado de la Pascua y profundo hacia el que caminamos durante la Cuaresma.

En el pasaje del Evangelio que estamos contemplando, hay dos signos que predicen la Pascua y quiero hacer hincapié en: la voz de lo alto proclama: "Este es mi Hijo amado", y la luz que rodea toda la escena, bien ilustrado por el famoso cuadro de Rafael conservados en la Pinacoteca de los Museos Vaticanos. A pesar de que se pone más tarde, me gustaría examinar en primer lugar la voz divina. Hay tres momentos en la vida pública de Jesús que escucha de boca de la palabra profética: "Este es mi Hijo amado". Creemos que en la primera escena del bautismo de Jesús en el Jordán, en el comienzo mismo de su ministerio público, la segunda vez, cerca de la mitad de su misión como un predicador itinerante que

es lo que está ahora ante nuestros ojos, la alta montaña , que para muchos comentaristas es el monte Tabor, donde una bella iglesia conmemora este notable pasaje del Evangelio. Y luego, al final de su vida terrena, trágico en la hora de la muerte, pronunciar estas palabras que contiene el verdadero secreto de Jesús será el centurión romano y los otros guardias, que "vieron lo que estaba pasando - escribe San Mateo - se llenaron de asombro y dijo: Verdaderamente este hombre era Hijo de Dios "(cf. Mt 27,54).

El segundo signo es la radiante luz que brilla en la escena de la Transfiguración y alrededor de Jesús y sus discípulos tres. Es muy significativo que el texto griego usa la palabra "metamorfosis": esto pone de relieve la Transfiguración del Señor revela que incluso nosotros, sus discípulos, que están destinados a ser "hijos de la luz". La transfiguración de la acción se convierte en el signo de la gracia de Dios, la gracia de que, si se acepta con humilde docilidad, transformado, transfigurado nuestra fragilidad humana y nuestra debilidad espiritual. Se podría decir entonces, como se ha observado justamente, que la voz nos conduce a Cristo, la luz nos transforma en Él, la voz es la Sagrada Escritura, a través del cual Dios sigue hablando de nuestra historia y en la Iglesia. La luz es la gracia que actúa en nosotros y el mundo a través de la fe y los sacramentos, signos y medios eficaces de salvación. La voz nos dice que debemos andar el camino, la luz ya nos introduce en la vida eterna y se ilumina cada elección que hacemos con el amor infinito de Dios En resumen, por lo tanto, la voz es la verdad, la luz es el amor. Viene a la mente en este sentido, la experiencia que el apóstol Pedro, que había proclamado la profesión de fe en Cristo, escribió en su segunda carta: "Esta voz - dice - hemos escuchado desde el cielo, estábamos con él en el monte santo. Y así - dice el Apóstol - que han confirmado plenamente las palabras de los profetas "(2 Pedro 1:18-19).

En el día en que la liturgia nos invita a contemplar la escena del Evangelio de la Transfiguración, estamos aquí juntos por una circunstancia verdaderamente inusual: la ocurrencia de un evento que se refiere al mundo de las comunicaciones sofisticadas y penetrante. De hecho, es en estos días el 50 aniversario de la proclamación de santa Clara de Asís como "patrona de la televisión." Me complace en esta feliz ocasión para saludar a todos vosotros, aquí presentes. En primer lugar saludar al obispo de Asís - Nocera Umbra - Gualdo Tadino, monseñor Domenico Sorrentino, y le agradezco su amable invitación para presidir esta celebración. Saludo también a Su Excelencia el Sr. El arzobispo Claudio Maria Celli, presidente del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales. Un cordial saludo a las autoridades de su ciudad, centro espiritual conocida en todo el mundo. Un saludo a los sacerdotes, religiosos y religiosas ya todos los que quisieron tomar parte en la Misa Dirijo un saludo especial a los que son, por diversas razones, el mundo de la televisión y, en general, de la comunicación social, que es de creciente importancia en nuestro tiempo. ¿Cuánta influencia tuvo los ejércitos de la televisión en la opinión pública es bien conocida. Se habla con frecuencia y vale la pena detenerse a reflexionar sobre el valor positivo que es de esta herramienta moderna de información, educación y evangelización. Al mismo tiempo, también debe tener en cuenta las posibles influencias negativas, perjudiciales que la televisión puede ejercer cuando, precisamente, por "medio" a "maestra".

Nunca se cansa de repetir que la televisión y otros medios de comunicación, no debe considerarse, a priori, de una manera negativa, como a veces lo hace con la superficialidad.

Es, sin duda, un enorme potencial en las manos del hombre, cuyos efectos dependen, precisamente, cómo se utiliza. Y "por lo tanto, es necesario, como se afirma a menudo, una educación en la comunicación y el uso adecuado de los instrumentos de comunicación social, teniendo en cuenta que un proceso de verdadera comunicación implica un doble movimiento: de dar y recibir, escuchar y responder, reenviar y adaptación, y por lo tanto nunca puede reducirse a una dimensión. En particular, y me gustaría destacar en esta circunstancia, debe estar debidamente capacitado con el fin de comunicar el Evangelio en nuestra así llamada civilización de la imagen. La Iglesia sabe que en la época actual son necesarios apóstoles y misioneros de Cristo que saben cómo utilizar el lenguaje de los medios de comunicación modernos sin que afecte al contenido del Evangelio eterno. Para llevar a cabo una tarea tan difícil, por cierto necesaria competencia profesional y técnica, pero requiere, ante todo, una intensa vida interior, un espíritu de contemplación, los grandes misioneros, los predicadores que llegan a los corazones de la gente son de hecho la gente que vive en las profundidades la unión con Dios tal vez por eso hace 50 años, 14 de febrero de 1958, con la carta apostólica *explendescit Clarius*, el Siervo de Dios Papa Pío XII declaró santa Clara de Asís, Santo Patrono de la naciente de la televisión. Con esta motivación: "Nocte quadam natalis Servatoris Asisii Jesu Christi, in su cum aegrotans coenobio súper lectum decumberet, PIO Concentus aquí en el templo entre Franciscali sacros rito edebantur, audivit casi Praesens adesset, AC Praesepe parvuli vidit Divina" (ibid.: AAS L [1958], 513). Una experiencia de "tele-visión" mística, pero no puede ser separado de la totalidad de la vida y la figura de la primera discípula de san Francisco.

En primer lugar el nombre, Clara, evoca el brillo, la transparencia, la claridad. Desde sus creyentes pueden aprender a mirar la realidad a través de los ojos de Dios y para comunicarse con el corazón de Dios La comunicación televisiva puede llegar a ser, en estas condiciones, un Areópago formidable de la evangelización: el que viene a la TV y sus sustitutos contemporáneos , admira a una. más extensa y compleja que vive habitualmente De hecho, lo que se comunica a través de la televisión, así como en el cine y en Internet, realiza una serie de proyectos de vida e intereses concretos. En esta zona, que en ese momento sabía que la revolución de la televisión, el Papa Pío XII fue la de proponer, como un santo patrón que en su propio nombre y en su experiencia, para indicar que un programa y un camino a seguir: Chiara, que la claridad de visión y una capacidad de percibir en algunos mensajes de responsables y reflexivos de la comunicación televisiva, con una iluminación interior que proviene de la presencia de Dios

¿Qué tan importante es esta habilidad para comprender mejor hoy! Volvamos brevemente al Evangelio de la Transfiguración: se trata de una comunicación profunda e intensa que involucra a toda la personalidad de los protagonistas. La voz que viene y la luz que rodea a todos estos son elementos de este misterioso acontecimiento, podríamos decir que todo lo abarca un evento de comunicación. Una mirada más cercana, en cada comunicación procesar el sonido de entrar en el juego, con sus diversos modos, y la luz, lo que resulta en imágenes capaces de impresionar a los ojos y cautivar el corazón. Esto sucede aún más en la televisión, donde el juego de luces y voces puede hacer una declaración que combina realidad y la fantasía, las historias y la imaginación. He aquí, pues es la gran responsabilidad que recae en los operadores de comunicación, especialmente de los sectores audiovisual y la televisión.

En reciente Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales (prevista para el próximo 4 de mayo), el Papa Benedicto XVI ha escrito que los medios de comunicación no debe reducirse a "megáfono del materialismo económico y del relativismo ético," pero siendo "instrumentos al servicio de la un mundo de mayor justicia y solidaridad ". Advierte de los riesgos de manipulación de la realidad, de la sujeción a los intereses dominantes de la audiencia que buscan a toda costa. Lleva una fuerte defensa de la verdad del hombre, basada en la ética de la información. Por desgracia, como un instrumento de participación social, la televisión se ha convertido en muchos casos - no sólo en Europa - no es el vehículo de la verdad, pero un solo pensamiento detrás del proyecto y aprobación. La dura ley del mercado y la suma de muchos intereses en el gran ágora lanza hoy publica una serie de mensajes aparentemente plural, pero en última instancia comparten la lógica del consumismo y el relativismo.

Se manifiesta en cada rincón: en el norte y el sur, de oeste a este como el mundo de la comunicación de masas hoy en día tiende a imponer una cultura uniforme, sin tener en cuenta los valores éticos necesarios para construir una sociedad pacífica donde los derechos y deberes del hombre se fundan en la dignidad. Creemos que la vida familiar, la educación de las nuevas generaciones y otras cuestiones que afectan el presente y el futuro de la humanidad. "La investigación y presentar la verdad sobre el hombre - observa Benedicto XVI citó en el Mensaje para la Jornada de las Comunicaciones Sociales próximo - son la vocación más alta de la comunicación social".

Hace cincuenta años, el Papa Pío XII dejó en claro que la Iglesia propone valores y normas. Lo hace, gracias a su antropología, su tradición, que es informado por la Revelación, y su experiencia. En este contexto, no lo prohíba, en primera instancia, sino que ofrece su propia visión. También se apunta a los creyentes ya todas las personas de buena voluntad, la figura ejemplar de Santa Clara, una señora que tenía los dones de la visión, él vivía en una gran pobreza y feliz, con ganas sólo la luz de la verdad. Podemos preguntarnos, en conclusión, ¿cuál es la lección perenne que tomamos de este santo para ti, los ciudadanos de Asís, muy querido. El resumen de la siguiente manera: dejarse guiar por la verdad que nos hace libres. Por lo tanto, este aniversario despertar o aumentar el compromiso compartido por todos los que trabajan en el mundo de la comunicación televisiva, ya que se casó con redescubrir la elocuencia de las imágenes con las palabras, en comparación con los valores de la verdad y la razón. Enseñamos a esta humilde de Santa del poder de la verdad, interceda para que lo encontramos y lo siguen, nos sostenga en el esfuerzo para procesarlos, cuando vislumbramos. Continuando con la celebración de la Eucaristía, te pedimos que la televisión y nuevos medios de comunicación, que están cambiando la cara de la comunicación, puede ayudar a hacer más visibles las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad de la persona humana.

GUÍA PARA VER LA TELEVISIÓN EN FAMILIA

Breve guía para aprender a ver televisión; se profundiza en la alfabetización mediática para formar receptores críticos y activos.

Los niños de los EE.UU... miran la televisión un promedio de entre 3 y 5 horas diarias. Es difícil documentar los efectos que tiene la televisión en los niños. Sin embargo, los estudios indican que mirar la televisión puede relacionarse con el comportamiento violento o agresivo, con la obesidad, con los bajos resultados académicos, con la sexualidad precoz y con el uso de drogas o alcohol. Así pues, es importante que los padres ayuden a sus hijos a utilizar la televisión como una fuerza positiva y creativa, y a evitar las influencias negativas de la televisión.

LOS ASPECTOS DE MIRAR LA TELEVISIÓN

1) LA CANTIDAD DE TIEMPO MIRANDO LA TELEVISIÓN. Cuando los niños pasan 3 a 5 horas diarias mirando la televisión, limitan bastante su tiempo para otras actividades. La niñez es un periodo para crecer y desarrollarse en el cual los niños necesitan jugar a solas y con otros niños. Necesitan leer y hablar con otros niños y también con adultos.

2) LA VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN. El porcentaje de violencia en la televisión esta en aumento. Un estudio reciente del Instituto Nacional de la Salud Mental indica que la violencia en la televisión puede ser dañina para los niños pequeños. Los niños llegan a tener miedo, a preocuparse y a ser sospechosos como resultado de ver violencia en la televisión. Los investigadores también han notado que los niños que miran muchos programas violentos se vuelven mas agresivos que los demás niños en la escuela. Los padres deberían darse cuenta de que mirar programas violentos puede fomentar esta tendencia hacia la agresión. También deben tener en cuenta que la televisión a menudo demuestra el comportamiento sexual y el uso del alcohol y las drogas de una manera realista y tentadora.

3) LA TELE Y EL APRENDIZAJE. Muchos estudios recientes indican que mirar la televisión excesivamente puede afectar negativamente el aprendizaje y el comportamiento en la escuela. Las horas frente a la tele interrumpen la tarea y limitan el tiempo disponible para otras formas de aprender. Si un niño no esta realizando su potencial académico, la tele puede ser un factor principal.

4) LOS ANUNCIOS. Por lo general el niño ve mas de 20,000 anuncios cada año. Los anunciantes gastan anualmente mas o menos \$700 millones para estar seguros de alcanzar a muchos niños. La mayoría de los anuncios de comida es de productos muy azucarados como dulces y cereales con azúcar. Los anuncios de carne, leche, pan y jugo suman solamente un 4% de los anuncios de comida dados por la tele durante las horas de audiencia infantil. Este énfasis puede dar a los niños una mala interpretación de como deberían comer. Una investigación reciente encontró una relación directa entre la obesidad y cuanto tiempo los niños miran la tele.

SUGERENCIAS PARA LOS PADRES

Aquí hay algunas ideas que ayudaran a los padres a controlar como sus hijos miran la televisión:

1) **IMPONGA LIMITES.** Sepa cuantas horas diarias miran la tele sus hijos. Limite las horas de televisión a una o dos al día. No tenga miedo de reducir la proporción de tiempo que miran la televisión. Es posible que no les guste apartarse de la tele, pues es seductora. Los programas que sus hijos miran estarán llenos de anuncios sobre otros programas. Las conversaciones en los parques y cafeterías escolares son poderosas y penetrantes Sin embargo, establecer buenos hábitos en sus hijos vale la pena. Mirar la televisión es mas un habito que un gusto.

No se sorprenda de que sus hijos sufran algo cuando se les reduzca el tiempo delante de la tele. Vd. puede facilitar el cambio animándolos a que participen en actividades alternativas tales como deportes, juegos, quehaceres, lecturas, conversaciones o pasatiempos. Puede ayudar acompañándolos en estas actividades. Por el hecho de que los niños modelan su comportamiento basándose en el ejemplo de sus padres, quizás también ayude que Vd. examine sus propios hábitos en cuanto a mirar la televisión. Sea Vd. mismo un buen modelo.

Elimine algunas horas delante de la tele con la ayuda de unas cuantas reglas básicas, tales como no ver televisión durante las comidas o antes de terminar los quehaceres de la casa y de la escuela.

2) **PLANEE.** Anime a los niños a planear lo que van a mirar usando la TV guía del periódico en lugar de ir de canal en canal para escoger un programa. El aparato debe prenderse solamente para ciertos programas y debe apagarse al acabarse estos. Piense en un programa de televisión como si fuera una película. Ayude a sus hijos a seleccionar un programa, y hable sobre el después de que termine. Escoja programas donde aparezcan niños de mas o menos la misma edad que su niño. Intente equilibrar los programas cómicos, de arte, deportes o acción.

No utilice la televisión como premio y no la quite como castigo. Tales practicas hacen que la televisión parezca aun mas importante.

3) **PARTICIPE.** Sepa lo que miran sus hijos en la televisión. Mire con ellos y hablen sobre los programas. Ellos pueden ayudarle con temas dificiles tales como el sexo y la guerra. Complemente los programas interesantes con libros de la biblioteca. Explique situaciones confusas. Después de que haya terminado el programa pídale al niño su reacción. Discuta la diferencia entre la fantasía y la realidad. El peor programa puede ser una experiencia buena para sus hijos si Vd. esta allí para ayudarles a sacar el mensaje correcto, mientras que el mejor programa pierde su valor por la falta de su ayuda para pensar, evaluar, y hacer preguntas.

Los padres que miran la televisión con sus hijos pueden asegurarles que la violencia vista en la televisión no es real y que el actor no ha sido herido ni muerto en el mundo real. También pueden mostrar su disgusto de los episodios violentos y afirmar que tal comportamiento no es la mejor manera de resolver un problema. Una conversación sobre la violencia en la tele, puede reducir el impacto de esa violencia.

La mejor solución, desde luego, es que los padres borren completamente los programas mas violentos de los horarios de sus hijos. Recuerde que existen mecanismos para que ciertos canales no se vean. Si Vd. se ve ofendido por ciertos programas e intenta prohibir que sus hijos los miren, trate de darles las razones. Si sus hijos están mirando un programa y Vd. ve algún comportamiento negativo, dígaselo y explique sus oposiciones.

El psicólogo, John Murray, proporciona una lista de recomendaciones del de lo que pueden hacer los padres para tratar con los programas violentos:

- * Mire al menos un episodio de cada programa que mira su hijo para saber lo violento que es.

- * Cuando estén mirando juntos, discuta la violencia con su hijo. Hable de por que ha ocurrido la violencia y de lo dolorosa que era. Pídale a su hijo que le cuente como se hubiera podido resolver el conflicto sin violencia.

- * Explíquelo a su hijo que la violencia dada por la televisión es fingida y dígale lo que podría ocurrir si otra gente casualmente intentara estas mismas trucos.

- * Anime a su hijo a mirar programas con personajes que cooperen y que se quieran. Se ha mostrado que tales programas influyen a los niños de una manera positiva.

4) RESISTA LOS ANUNCIOS. No espere que sus hijos resistan los anuncios de dulces y otros bocados sin su ayuda. La capacidad de ver y analizar un anuncio es difícil y se aprende bastante tarde. El hábito de comer mal se puede formar temprano y de manera fácil. Los anunciantes tienen investigadores, escritores, realizadores, campanas de promoción y presupuestos grandes. Cuando sus hijos pidan la comida y los juguetes anunciados por la tele, enséñeles que la televisión les hace desear lo que no necesitan e incluso lo que puede ser dañino. Ayude al niño a analizar los anuncios. Señale las declaraciones exageradas y el hecho de que son los propios fabricantes de los productos quienes pagan los anuncios.

5) EXPRESE SUS OPINIONES. La mejor manera de cambiar los anuncios o los programas de la televisión es llamar a el canal local. Cuando se ofenda o se contente por algo dado por la televisión, hágase saber al jefe del canal. Escriba o llame a la cadena o al patrocinador del programa. Todos ellos se interesan por los efectos de la televisión en los niños y responden a las preocupaciones de los padres. Sea preciso al expresar sus sentimientos. No llame ni escriba solo para quejarse. También es importante que afirme su aprobación. Puede que los programas que le gustan a Vd. no sean tan apreciados por los demás, y su apoyo puede ayudar a extender su duración en la televisión.

EDUQUEMOS CON LA TELEVISIÓN

Completamente gratis y a disposición de los lectores de Catholic.net, el P. Felipe Santos ofrece este interesante libro en el que analiza la naturaleza, historia y empleo de la televisión para con ello educar al espectador y orientar su percepción...

Eduquemos con la Televisión

INTRODUCCIÓN

Si te interesa tener el documento completo en su versión para imprimir, puedes descargarlo en tu escritorio dando un [click aquí](#).

La Sociología post- funcionalista, y con ella gran parte del reciente debate de las ciencias humanas, ha evidenciado cómo nuestro sistema socio - cultural se configura cada día más en los términos de una “realidad compleja”. La imagen subraya la originalidad de aspectos y problemas de este sistema actual, muy distintos al de las anteriores etapas de la evolución.

Dentro de este proceso evolutivo, no es una excepción el sistema cultural , muy amplio en el ámbito experimental. Basta observar los modos con que se gesta hoy la información mediante el advenimiento de la informática y de la telemática. La digitalización de las señales ha permitido uniformar los mensajes y hacer dialogantes los diversos medios de comunicación desde el ordenador doméstico hasta las grandes terminales. Se está en actitud de recibir, realizar y reelaborar una infinita cantidad de informaciones. La llegada de los satélites DBS (Direct Broadcasting Satellyte) ha permitido cubrir el mundo entero mediante una red de estaciones orbitales cuyas señales son captadas por cada usuario a través de una pequeña antena parabólica. Es más: la sustitución progresiva de los cables co-axiales por redes de fibras ópticas está multiplicando el envío y la velocidad de las transmisiones con resultados insospechados hasta hace tan sólo diez años.

Todo esto promueve una cultura de la cantidad y de la aceleración: mensajes cada vez más numerosos se transmiten de forma veloz. Esto- como dicen algunos teóricos de la post - modernidad- termina promoviendo una cultura de la superficialidad, caracterizada por el hecho de la adquisición de informaciones sin tiempo ni poder para su discernimiento.

Dice Lyotard:”Las observaciones de las máquinas del saber determinan hoy la ruptura del vínculo entre conocimiento y formación, que había sido el fundamento de la tradición pedagógica. Se pueden adquirir conocimientos sin emplear a fondo la memoria y la voluntad”.

Esta inmensa cantidad de información hace que el hombre sea menos capaz de interiorizarla y de lograr una síntesis en la que aparezca una coherente visión del mundo. La época de la infinita disponibilidad de mensajes, se puede llamar también la época de la extrema pobreza del saber. Y todo esto comporta una limitación inevitable en la confianza del proceso, ilimitado racionalmente:

“La racionalidad que caracteriza el obrar o actuar de hoy es más bien del tipo de una “racionalidad limitada”, consciente del hecho de que la atención es una fuente escasa, que pasa por alto profundizar en muchos problemas. Esta racionalidad limitada o imperfecta nace de la racionalidad desplegada en el campo de la tecnología. Se trata de conocimientos precisos en relación con los medios activos, pero, en el fondo, son honestamente silenciados cuando se cuestionan los fines de la misma acción”.

La aceleración y la superficialidad de los conocimientos, por un lado, y la parcialidad desde el punto de vista del sujeto conocedor, por otro, reflejan una idea cada vez menos ordenada y más “rizomática” según el término empleado por Deleuze: salto de nexos, multiplicación de ligamentos...que constituyen una red de fenómenos y conocimientos sin confines.

La cultura de la post- modernidad ha sustituido la exigencia de la antigua, que buscaba el fundamento del propio conocimiento en un modelo de saber caracterizado por un cierto relativismo e irracionalismo de los postmodernos. Se llega con esto al proceso de la caída progresiva de las certezas (en la verdad, en la razón, en las posibilidades del conocimiento,...) que, en el ámbito científico, se había preparado con la crisis de los fundamentos de las matemáticas y por la relatividad einsteiniana, y en la esfera epistemológica se representa por los desarrollos del racionalismo crítico de Popper hasta la anarquía metodológica de Feyerabend:

“Esquemáticamente puede decirse que el último decenio ha elevado el paradigma del indeterminismo y ha rebajado la perspectiva precedente, determinística. El principio de la “ racionalidad limitada” ha funcionado mejor basándose en la idea de una razón fuerte, explicativa y legislativa”.

A partir de esta ruptura problemática, es donde debe leerse el sentido de este trabajo.

Interesarse por los medios y, en particular por la TV, significa hoy para el educador interesarse por uno de los aspectos- probablemente uno de los principales -: el de la complejidad en que él mismo y sus alumnos viven. Nos parece importante afirmar en tiempos en que tanto se discute sobre la capacidad de la escuela en relación con otras agencias educativas, que la escuela tiene una nueva capacidad para responder a las exigencias de nuestros días.

En la primera parte (La televisión: historia, géneros, estructura) es el aspecto institucional televisivo el que debe catalizar la atención de los oyentes,, ya que este aparato sirve para contar historias, divertir e informar.

En la segunda parte (La TV en la escuela: problemas didácticos y educativos) podemos ver la parte central de estas páginas: la posibilidad de encuentro entre la TV y la educación.

Tras estas dos partes, viene el reconocimiento del chico (parte primera) y la reflexión educativo- didáctica (parte segunda). Sólo así será posible pasar a la ilustración de algunos instrumentos y experiencias en el universo didáctico. En cuanto a los primeros, se indican principalmente la semiótica, utilizada en función del análisis de la publicidad. El spot

publicitario: notas para un análisis semiótico) y del video – clip (El video- clip: propuestas para el análisis) – y en el análisis de la narración (Análisis de la narración: aspectos teóricos y metodológicos) y en sus aplicaciones (Los niños y los dibujos animados televisivos: una propuesta didáctica).

En lo que respecta a las experiencias didácticas, los estímulos más interesantes aparecerán en (La utilización didáctica de la ficción), Inventar la TV en la escuela: apuntes de método). A partir de este momento, la TV se emplea en la escuela como un laboratorio, o bien haciendo programas propios, o sirviéndose de programas televisivos aparentemente más evasivos.

Al final, aparecerán materiales de programación ya elaborados por escuelas que estudian los Medios de Comunicación Social.

Todo tiene como finalidad llevar la vida a la escuela y la escuela a la vida mediante lo que los niños ven muchas horas al cabo del día: los mass media.

Para leer el documento completo da un [click aquí](#)

Felipe Santos