

Acentos del magisterio de la Iglesia sobre los medios de comunicación social¹

Introducción

El 5 de diciembre de 1963 los padres conciliares del Concilio Vaticano II aprobaron el decreto **Inter mirifica**, sobre los medios de comunicación social, junto con la constitución *Sacrosanctum Concilium*, sobre la Sagrada Liturgia. Fueron los dos primeros documentos aprobados en el Concilio. También este tema fue, por primera vez, objeto de estudio y discusión en un concilio ecuménico, lo cual tampoco es de extrañar si se echa un vistazo a la historia misma de los medios de comunicación social. Pero es llamativo que los padres conciliares convinieran tan pronto en la aprobación de un documento de esta naturaleza, lo cual indica la necesidad que se sentía en el aula conciliar de que la Iglesia no perdiera el tren de la actualidad en el que la sociedad se movía de forma cada vez más decidida.

Pío XII: “Miranda Prorsus”

Antes del decreto **Inter mirifica**, el papa Pío XII ya había puesto de relieve en diversas ocasiones la importancia de los medios de comunicación, pero fue en la carta encíclica **Miranda prorsus** (a. 1957) donde de forma sistemática expone la doctrina magisterial sobre este mundo de la comunicación. El papa Pacelli explica el motivo de la encíclica y escribe: “No solo grandes utilidades, sino desgraciadamente también tremendos peligros pueden nacer de los progresos técnicos que se han realizado y continúan realizándose en los vastísimos sectores del cine, de la radio y de la televisión. Estos medios técnicos –que están, puede decirse, al alcance de cualquiera– ejercen 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”. En un lenguaje eclesial propio del momento y de su peculiar forma de ser y de ver la Iglesia y la sociedad, este sumo pontífice aborda los puntos clave del mundo de la comunicación y de los instrumentos de comunicación en uso entonces, y establece los principios básicos de carácter moral, referidos tanto a los poderes públicos como a los grupos profesionales o a los usuarios de los medios de comunicación social.

A pesar de todas las reticencias de tipo ético en su forma de valorar los medios de comunicación social, Pío XII apuesta decididamente por el valor incuestionable de los medios de comunicación, por lo que afirma: “En cuanto depende de Nos, deseamos que en la enseñanza católica sean oportunamente empleados los medios audio-visuales para completar la formación cultural y profesional y sobre todo la formación cristiana, base fundamental de todo progreso auténtico. 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”.

¹ Conferencia pronunciada por el agustino recoleto Marciano Santervás Paniagua en el real monasterio de San Lorenzo de El Escorial, como “Lección inaugural” del curso 2017-2018, ante el claustro, alumnado y patronato del Centro Teológico San Agustín el día 10 de octubre, fiesta de Santo Tomás de Villanueva.

Decreto conciliar “Inter mirifica”

El decreto conciliar **Inter mirifica** es publicado cinco años después de la carta encíclica del **papa Pacelli** y, aunque hay elementos comunes en ambos documentos, el lenguaje y la perspectiva empleados son diferentes. Tanto en uno como en otro documento se afirma que los “maravillosos progresos técnicos (...) son primariamente dones de Dios”²; los medios de comunicación que se tienen en cuenta se reducen a la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros semejantes; la madre Iglesia reconoce el valor inapreciable de estos medios, rectamente utilizados, pues contribuyen mucho al descanso y cultivo de los espíritus, y a la propagación y consolidación del reino de Dios; pero sabe también que los hombres pueden utilizar estos medios contra el propósito del Creador y en daño del mismo hombre. Por esto es por lo que el decreto conciliar pide que **se respete el orden moral por todos**, no solo por los destinatarios de estos medios, sino por los productores, empresas de la comunicación, destinatarios de la información y autoridades civiles.

El Concilio, plenamente consciente de lo que la Iglesia se juega en este campo, además de manifestarse partidaria de crear medios de comunicación católicos propios e insistir fuertemente en la formación católica, dice: “De común acuerdo y con propósito unido, esfuércense todos los hijos de la Iglesia para que **los medios de comunicación social se utilicen eficazmente, sin la menor dilación y con el máximo empeño, en las múltiples obras de apostolado**, según lo exigen las circunstancias de tiempo y situación, anticipándose a las iniciativas dañosas, especialmente en aquellas regiones en las que el progreso moral y religioso reclama mayor actividad. Apresúrense, pues, los sagrados pastores a cumplir en este campo su misión, íntimamente ligada a su deber ordinario de predicar”.³ Hace, igualmente, un llamamiento a los seglares que intervienen en el uso de estos medios para que procuren dar testimonio de Cristo.

Importancia especial por sus consecuencias para el futuro de la Iglesia y de la sociedad entera es la disposición conciliar de que “debe celebrarse cada año en todas las diócesis del orbe, a juicio del obispo, un día en el que los fieles sean adoctrinados sobre sus obligaciones en esta materia –el apostolado en los medios de comunicación social–, invitados a orar por esta causa y a entregar una limosna para este fin”⁴. Esta disposición conciliar es, sin duda, el punto de arranque del mensaje que año tras año envía el Santo Padre para la **Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales**.

El decreto **Inter mirifica** toma determinaciones concretas de carácter organizativo que afectan tanto a la Iglesia universal como a las distintas diócesis y dice: “como la eficacia del apostolado en el plano nacional requiere unidad de propósitos y de esfuerzos, este santo Concilio establece y manda que en todas partes se constituyan y se apoyen por todos los medios organismos nacionales para los problemas de la prensa, del cine, de la radio y de la televisión”. En estos organismos, advierte el Concilio, “han de participar también seglares que dinamicen la doctrina católica y el arte propio de

² *Miranda prorsus*, preámbulo; “Entre los maravillosos inventos de la técnica que, principalmente en nuestros días, ha extraído el ingenio humano, con la ayuda de Dios, de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con peculiar solicitud aquellos que miran principalmente al espíritu humano y han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas” (IM 1).

³ IM 13.

⁴ IM 18.

cada medio”.⁵ Lógicamente estos organismos nacionales han de colaborar activamente en unión con su correspondiente asociación internacional. Aún más, el Concilio quiere dejar bien atada esta cuestión por lo que le impone al **Secretariado para la Prensa y los Espectáculos** una encomienda: “Para que todos los principios y normas de este santo Sínodo acerca de los medios de comunicación social se lleven a la práctica, por expreso mandato del Concilio, **publíquese una instrucción pastoral** por el organismo competente de la Santa Sede, con la ayuda de peritos de diferentes naciones”.⁶

Efectivamente, en 1971, ocho años después de la aprobación del decreto **Inter mirifica**, la Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social publica la Instrucción “**Communio et progressio**”, que respira con los pulmones de Pablo VI.

Así pues, la puesta en práctica de lo establecido por el Concilio en el decreto sobre los medios de comunicación social dio origen a dos grandes obras: La **Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales**, que se celebra anualmente, y la magistral Instrucción **Communio et progressio**, documento al que han seguido otros sobre el mismo tema y a los que nos referiremos posteriormente.

La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales

El **7 de mayo de 1967 el Papa Pablo VI** dirigió el primer mensaje para la celebración de la **I Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales**. Desde entonces, sin excepción alguna, se ha celebrado todos los años esta jornada, y cada año el sumo pontífice ha dirigido, siempre a la Iglesia, pero en muchos casos también a la sociedad entera, un mensaje de alto valor formativo. Son ya, por tanto, cincuenta y uno los mensajes, auténticas y actualizadas catequesis que giran todas en torno a los medios de comunicación social. Siendo todos valiosos, no todos tienen, en mi opinión, el mismo valor. Vamos a destacar algunos puntos de interés.

Mensajes: generalidades

Comienzo por recordar que el Papa dirige un mensaje a toda la Iglesia o al mundo entero en contadas ocasiones a lo largo del año: por ejemplo, el Mensaje Mundial de la Paz, mensaje para la Cuaresma, de oración por las vocaciones, de las misiones... El que el mundo de las comunicaciones sociales sea objeto de un mensaje anual del Papa denota que es un tema de especial relevancia en la vida de la Iglesia, y bien puede haber ocurrido que no nos hayamos percatado ni de su existencia [La Iglesia suele celebrar esta Jornada Mundial de las Comunicaciones en la solemnidad de la Ascensión del Señor].

Es imposible en el marco de una ponencia ni siquiera hacer referencia detallada del temario que abordan los mensajes. Lo que sí es cierto es que la lectura de los mensajes, aparte de que tratan múltiples aspectos relacionados siempre con los medios de comunicación social, reflejan nítidamente el momento en que se encuentra la Iglesia –incluso el mundo –, las inquietudes y el talante de cada Sumo Pontífice por las palabras clave que emplea, por las referencias a los documentos magisteriales que hace y, por supuesto, por el horizonte comprensivo de la expresión “medios de comunicación social” en cada caso.

⁵ IM 21.

⁶ IM 23.

PABLO VI

En el mundo comunicativo del beato Pablo VI se habla “de los modernos instrumentos de comunicación social, tales como la prensa, el cine, la radio y la televisión”⁷: este es su horizonte. El término diálogo, las palabras comunión, reconciliación, pluralidad, evangelización...; las expresiones “desarrollo integral”, “progreso de los pueblos”, “derechos y deberes fundamentales”... al papa **Montini** se le caen de los labios, y a cualquiera le lleva a pensar en sus encíclicas *Ecclesiam suam* –1964– y *Populorum progressio* –1967– citada ésta tanto por el mismo Pablo VI como por sus sucesores, en varios mensajes, sobre todo en el mensaje de 1968.

JUAN PABLO II

El largo pontificado de san Juan Pablo II solo por su duración es más complejo y puede hablarse de una evolución en su comprensión del horizonte comunicativo, porque de 1978 en que comenzó su pontificado, al 2005 en que falleció, el avance y poderío de los medios de comunicación fue espectacular, fenómeno del que fue tomando conciencia el Papa polaco, porque si en el mensaje de 1980 al hablar de los mass-media cita la prensa, el cine, la radio y la televisión, el mensaje de 2002 lleva por título el “**Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio**”; y en su carta apostólica “*El rápido desarrollo*”, que dirige a los responsables de las comunicaciones sociales, fechada el 24 de enero del 2005, memoria litúrgica de san Francisco de Sales, patrono de los periodistas católicos, Juan Pablo II manifiesta una conciencia clarividente de la transcendencia de los medios de comunicación social, que, según este Pontífice, no son únicamente instrumentos de información y difusión de la cultura, sino que ellos mismos son el medio cultural en que nos movemos todos, de ahí su grandeza y su peligrosidad.

Afirmaba el **papa Wojtyla** ya en 1990: “Hoy en día (...) ya a nadie se le ocurriría pensar en las comunicaciones sociales o hablar de las mismas como de simples instrumentos o tecnologías. Más bien, ahora las consideran parte integrante de una cultura aún inacabada cuyas plenas implicaciones todavía no se entienden perfectamente y cuyas potencialidades por el momento se han explotado sólo parcialmente”; y en el mensaje de 1993 dice: “Realmente podemos hablar de una nueva cultura creada por las comunicaciones sociales”.

¿Qué inquietudes afloran en los mensajes de Juan Pablo II? En un pontificado tan largo puede decirse que se afrontan todos los temas, pero, sin duda, es el mundo de la familia el reiteradamente tratado y, junto a él, la evangelización de la cultura, el de la paz-justicia-solidaridad y el de la juventud. Algunos de los mensajes son coyunturales, aprovechando la declaración de la ONU para un año concreto, como el del 1979, *Año internacional del niño*, o la conmemoración de algún documento eclesial importante, como el cuadragésimo aniversario de la encíclica **Pacem in terris**, de **san Juan XXIII**, que comentó en el mensaje de 2003.

No estaba dotado el **Papa Wojtyla** de la claridad expresiva de Pablo VI, pero su fuerza, su “parresía”, aun en los años de decrepitud, la manifiesta hasta en sus escritos y que cabe resumirla en dos frases que pronunció numerosas veces y en contextos muy diferentes; dos frases, por cierto, evangélicas, muestra de su talante recio y de su

⁷ Mensaje I Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -1967-.

profunda fe: “¡No tengáis miedo!”⁸; “*Duc in altum*”⁹ (Lc 5, 4), y “*Duc in altum*” es la consigna papal ante el desafío de la Iglesia a aventurarse en el nuevo foro del internet para proclamar el Evangelio.

BENEDICTO XVI

Benedicto XVI ya se encuentra inserto de lleno en el **mundo de la globalización**, al que han contribuido de forma especial los medios de comunicación social, de modo que sin éstos no habría sido posible. Este Papa profundiza en el fenómeno de los mass-media y escribe en el mensaje de 2008 que “en el sector de las comunicaciones sociales están en juego dimensiones constitutivas del ser humano y de su verdad (...) Los nuevos medios de comunicación, en particular la telefonía e internet, están modificando el rostro mismo de la comunicación y, tal vez, esta es una magnífica ocasión para volver a diseñarlo, para hacer más visibles las líneas esenciales e irrenunciables de la verdad sobre la persona humana” (cf. Carta apostólica *El rápido desarrollo*, 10).

El vocabulario que emplea una persona manifiesta la mentalidad y conocimiento que tiene de un determinado tema; así, el empleado por el **papa Ratzinger** denota que conoce el mundo de los medios, al menos como cualquiera otra que tenga que disertar sobre ellos en la actualidad; ya no hace mención de los tradicionales medios de comunicación citados por los papas anteriores, sino que nos encontramos con las expresiones *red de comunicación, comunicación digital, mundo digital, continente digital, generación digital, presencia capilar de Internet, ciberespacio, espacio público digital, era digital, redes sociales, etc.*

¿Cuáles son las inquietudes o ideas que afloran en los mensajes de Benedicto XVI? Sin duda que su **inquietud por la “verdad”** es la más relevante, al tiempo que pone en solfa el relativismo gnoseológico y ético; junto a la verdad, la referencia a la **belleza** es otra de las constantes; y en línea con el magisterio de su antecesor en el pontificado, cuya carta apostólica “*El rápido desarrollo*” es citada en varios mensajes, la preocupación por promover una **cultura de respeto, de diálogo y amistad**.

Benedicto XVI, además de ofrecernos en sus mensajes valiosas aportaciones para una **antropología** de la comunicación, dirige dos mensajes de especial importancia para todos, pero sobre todo para los aquí presentes. El primero nos afecta por entero: efectivamente, con motivo del año sacerdotal, el mensaje de 2010 tiene por tema “*El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra*”. En este momento nada más traigo una breve cita del mismo: “En verdad el mundo digital, escribe el papa alemán, ofreciendo medios que permiten una capacidad de expresión casi ilimitada, abre importantes perspectivas y actualiza la exhortación paulina: «¡Ay de mí si no anuncio el evangelio!» (1 Co 9, 16)”.

En 2012 nos regala otro mensaje de tema peculiar, que titula “*Silencio y Palabra: camino de evangelización*”, que es una reflexión sobre la relación entre el silencio y la palabra, y que lleva al Papa al planteamiento de las preguntas cruciales que, según él, son comunes a todo hombre.

⁸ *El rápido desarrollo*, 14.

⁹ *Mensaje XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2002-; El nuevo milenio*, 58.

FRANCISCO

En los cuatro mensajes que hasta ahora nos ha dirigido el papa Francisco hay un *término* que aflora con gran frecuencia: **encuentro**; hay una *preocupación humana y cristiana*: **romper todas las barreras** que impiden el encuentro entre las personas y los pueblos y **establecer los puentes** que lo favorezcan; y hay un *anhelo pastoral*: **evangelizar la cultura del encuentro**.

El mensaje de 2014 tuvo por lema: la “Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro”, y en él afirma el papa Francisco que “Internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y solidaridad entre todos; y esto es bueno, es un don de Dios”. En este mismo mensaje aparece una idea muy querida y repetida por el **papa Bergoglio**, su concepción de la Iglesia, de una Iglesia en salida: “Entre una Iglesia accidentada por salir a la calle y una Iglesia enferma de auto-referencialidad, prefiero sin duda la primera. Y las calles del mundo son lugar donde la gente vive, donde es accesible efectiva y afectivamente. **Entre estas calles también se encuentran las digitales**, pobladas de humanidad, a menudo herida: hombres y mujeres que buscan una salvación o una esperanza”.

En el mensaje de 2015 contempla la familia como un “ambiente privilegiado del encuentro en la gratuidad del amor”, el lugar primero en que se aprende a “comunicar” en todos los niveles: afectivo, moral, religioso. La familia es una “**comunidad comunicante**”.

En la quincuagésima Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, año 2016, en que la Iglesia celebró el Año Santo de la Misericordia, el Papa invitó a la Iglesia a reflexionar sobre la relación entre la comunicación y la misericordia. “Comunicación y misericordia: un encuentro fecundo” fue el lema escogido para este Año Santo de la Misericordia. “Las redes sociales, afirma el papa Francisco, son capaces de favorecer las relaciones y de promover el bien en la sociedad, pero también pueden conducir a una ulterior polarización y división entre las personas y los grupos. El entorno digital es una plaza, un lugar de encuentro, donde se puede acariciar o herir, tener una provechosa discusión o un linchamiento moral”.

En el último mensaje del papa Francisco, cuyo lema fue “Comunicar esperanza y confianza en nuestros tiempos”, además de pedir que la comunicación fomente la “cultura del encuentro”, dado el escoramiento informativo hacia lo que de menos humano –por falta de ética, belleza u otros motivos– hay en los seres humanos y en nuestras sociedades, hace una llamada a los medios de comunicación para que, sin faltar a la verdad ocultando los episodios trágicos y sangrantes, sean comunicadores también de las buenas noticias que abundan en nuestro mundo, sin excluir la “Buena Nueva” por antonomasia, que es Jesucristo, Hijo de Dios.

Documentos temáticos sobre los Medios de Comunicación Social

Ocho años después de que el decreto conciliar **Inter mirifica** fuera aprobado y en el que se decidió que el organismo competente de la Santa Sede publicara una *Instrucción pastoral* sobre el tema, la Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social dio a conocer la instrucción **Communio et progressio**, de la cual beben, desarrollan y actualizan algunos de sus puntos otros documentos publicados por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, entre ellos, la Instrucción pastoral **Aetatis novae**, publicada en 1992; **Ética en la publicidad**, publicado en 1997; **Ética en las Comunicaciones Sociales**, publicado en el año 2000; **La Iglesia e Internet** y

Ética en Internet, que vieron la luz el mismo día, el 22 de febrero de 2002; y, finalmente, la Carta Apostólica “**El rápido desarrollo**”, último documento de carácter sistemático sobre el tema que nos ocupa, que publicó san Juan Pablo II en 2005, y otros.

COMMUNIO ET PROGRESSIO ET ALIA

Vamos a centrar nuestra mirada en la *Instrucción pastoral **Comunio et progressio*** que, como se lee en el mismo documento, “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”¹⁰.

En esta instrucción encontramos los fundamentos antropológicos, teológicos y éticos de la comunicación y, por tanto, del uso de los medios de comunicación social. Por ello será este documento del que principalmente nos valgamos a continuación en nuestra exposición, aunque acudamos también a algunos otros de los mencionados e incluso a los mensajes que han regalado los Sumos Pontífices a la Iglesia y al mundo en general.

FUNDAMENTACIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA COMUNICACIÓN

“El deseo de estar en contacto y el instinto de comunicación, que parecen darse por descontados en la cultura contemporánea, son en el fondo manifestaciones modernas de la tendencia fundamental y constante del ser humano a ir más allá de sí mismo para entrar en relación con los demás. En realidad, cuando nos abrimos a los demás, realizamos una de nuestras más profundas aspiraciones y nos hacemos más plenamente humanos. En efecto, amar es aquello para lo que hemos sido concebidos por el Creador. Naturalmente, dice Benedicto XVI, no hablo de relaciones pasajeras y superficiales; hablo del verdadero amor, que es el centro de la enseñanza moral de Jesús: «Amarás al Señor tu Dios con todo tu corazón, con toda tu alma, con toda tu mente y con todas tus fuerzas», y «amarás a tu prójimo como a ti mismo» (cf. *Mc* 12, 30-31)”¹¹, de aquí que el mismo Papa emérito, clarividente, afirme también refiriéndose a los medios de comunicación social: “El papel que (...) han adquirido en la sociedad debe considerarse como parte integrante de la **cuestión antropológica**, que se plantea como un desafío crucial del tercer milenio. De manera similar a lo que sucede en el campo de la vida humana, del matrimonio y de la familia, y en el ámbito de las grandes cuestiones contemporáneas relativas a la paz, la justicia y la conservación de la creación, **también en el sector de las comunicaciones sociales están en juego dimensiones constitutivas del ser humano y de su verdad**”¹².

Dada la transcendental importancia de los medios de comunicación social, dice el papa **Ratzinger** que, al igual que hay una *bioética*, es necesario en el campo de las comunicaciones sociales una *info-ética*¹³. El documento **La Iglesia e Internet** se decanta por la “elaboración de una antropología y una verdadera teología de la comunicación, con referencia específica a Internet”¹⁴.

¹⁰ N. 3.

¹¹ BENEDICTO XVI, *Mensaje XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2009-*.

¹² *Mensaje XLII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2008-*.

¹³ Id.

¹⁴ N. 9.

ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Tanto en los documentos sistemáticos sobre los medios de comunicación social como en los *mensajes de las jornadas mundiales* sobre los mismos, la dimensión ética y moral es sobreabundante, y se comprende esta política de la Iglesia por el poder omnímodo de los medios de comunicación social en todos los órdenes de la vida. Los medios de comunicación social son ya nuestros compañeros inseparables; pero estemos alerta porque no todas las compañías son beneficiosas.

Es complejo hablar de la moral de los medios de comunicación social porque son muchos los ámbitos que han de considerarse: económicos, políticos, culturales, educativos y religiosos, tal como los enumera el documento **Ética en las Comunicaciones Sociales**¹⁵. Por ello voy a limitarme a dar unas pinceladas que tengan su valor práctico y pensando en los usuarios, en este auditorio.

El hombre es la norma en el uso de los medios de comunicación, por lo que “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”¹⁶ (...). “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”¹⁷. A la luz de este principio quedan iluminadas las siguientes afirmaciones:

- Toda persona tiene derecho a la información, a la comunicación y a las comunicaciones¹⁸.
- No hay comunicación aséptica ni medio de comunicación neutral, por lo que es necesario avivar el espíritu crítico.
- Quien comunica, se comunica, de aquí la cautela en toda comunicación que convierte al comunicador y lo comunicado en “cosa pública”.
- “No hay que dejarse engañar por quienes tan sólo van en busca de consumidores en un mercado de posibilidades indiferenciadas, donde la elección misma se presenta como el bien, la novedad se confunde con la belleza y la experiencia subjetiva suplanta a la verdad”¹⁹.
- “Toda comunicación tiene una dimensión moral (...) La estatura moral de las personas crece o disminuye según las palabras que pronuncian y los mensajes que eligen oír”²⁰.
- “La comunicación en todas sus formas debe inspirarse siempre en el criterio ético del respeto a la verdad y a la dignidad de la persona humana”²¹.

¹⁵ Nn. 7-11.

¹⁶ *Communio et progressio*, 14.

¹⁷ *Id.*, 15.

¹⁸ *Aetatis novae*, 15.

¹⁹ BENEDICTO XVI, *Mensaje XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2009-*.

²⁰ JUAN PABLO II, *Mensaje XXXVIII Jornada Mundial de las comunicaciones Sociales -2004-*.

²¹ *Ibi.*

Los Medios de Comunicación Social en la pastoral

La postura del magisterio eclesial sobre el uso de los medios de comunicación en la pastoral o en la evangelización es unánime, absolutamente clara y sin vacilación alguna. Se reconocen los peligros del mal uso y de los intereses bastardos que se esconden en ellos; a pesar de todo, el magisterio eclesial no ha dudado en ningún momento de que la Iglesia como institución y todos los fieles han de entrar en ese concierto mundial buscando armonía, sembrando paz, promoviendo la igualdad y fraternidad entre todos los hombres, llevando a Cristo de la forma adecuada según el medio en que uno se mueva y, siempre, siendo testigos de Jesucristo; pero no hay que olvidar lo que dice **Benedicto XVI**: “No se ofrece un testimonio cristiano bombardeando mensajes religiosos, sino con la voluntad de donarse a los demás a través de la disponibilidad para responder pacientemente y con respeto a sus preguntas y sus dudas en el camino de búsqueda de la verdad y del sentido de la existencia humana”²².

Comienzo por hacer referencia a unos pasajes de dos importantes documentos papales que aparecen citados reiteradamente tanto en los “mensajes de las jornadas mundiales de los medios de comunicación social” como en los otros documentos temáticos sobre el mismo asunto.

En la exhortación apostólica **Evangelii Nuntiandi**, cuando el beato Pablo VI habla de los medios de evangelización, escribe: “La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más (...) Gracias a ellos puede hablar a las masas”²³.

En la encíclica **Redemptoris missio** san Juan Pablo II afirma que “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» (...) No basta, añade el Papa, 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. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos. Mi predecesor Pablo VI decía que «la ruptura entre Evangelio y cultura es sin duda alguna el drama de nuestro tiempo»; y el campo de la comunicación confirma plenamente este juicio”²⁴.

Por otra parte, el reto que plantea san Juan Pablo II en **Vita consecrata** 99 es menos mencionado, pero es de una gran fuerza y les pide a los consagrados que den testimonio del Evangelio “a través de los medios de comunicación social” y que han de hacer un gran esfuerzo para que “el Evangelio de Cristo se transmita también a través de estos medios modernos”.

Son tantas las llamadas que el Magisterio eclesial hace a los católicos en general y de modo especial a los sacerdotes y consagrados, que es improcedente acumular citas y textos que avalen este aserto, pero, sin embargo, es necesario hacer mención de algunos que resultan más llamativos.

Ya el decreto **Inter mirifica** exhorta a los católicos “a que utilicen eficazmente, sin dilación y con el máximo empeño los medios de comunicación social en las distintas

²² BENEDICTO XVI, *Mensaje XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2013-*.

²³ N. 45.

²⁴ N. 37. c).

formas de apostolado”²⁵; **Communio et progressio** sostiene que “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”²⁶; en **Aetatis novae** se lee: “la utilización de los medios de comunicación se ha hecho esencial para la evangelización y la catequesis (...). 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”; “La Iglesia necesita ahora comprender Internet. Esto es preciso para comunicarse eficazmente con la gente, de manera especial con los jóvenes, que están sumergidos en la experiencia de esta nueva tecnología, y también para usarla bien”²⁷. San Juan Pablo II escribe en 2005, próximo ya a su fallecimiento: “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”²⁸.

XLIV JORNADA MUNDIAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

Dejo de lado las orientaciones, exhortaciones y prescripciones que aparecen diseminadas por los mensajes pontificios y limito mi mirada al mensaje que Benedicto XVI dirigió para la XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales en el *Año Sacerdotal*, el 2010. El tema de esta Jornada es suficientemente expresivo: “*El Sacerdote y la Pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra*”. El mensaje es una bella pieza teológica y pastoral de la que extraemos algunos textos e ideas: Reconoce el Papa Benedicto XVI que el mundo digital ofrece al sacerdote “nuevas posibilidades de realizar su particular servicio a la Palabra y de la Palabra”. “La tarea primaria del sacerdote –la misma que la de la Iglesia– es anunciar a Cristo, la Palabra hecha carne”. El sacerdote tiene como misión predicar, anunciar el Evangelio para suscitar la fe. Así pues, con la difusión de esos medios, la responsabilidad del anuncio no solamente aumenta, sino que se hace más acuciante y reclama un compromiso más intenso y eficaz.

“Los nuevos medios, por tanto, ofrecen sobre todo a los presbíteros perspectivas pastorales siempre nuevas y sin fronteras, que lo invitan a valorar la dimensión universal de la Iglesia para una comunión amplia y concreta”. “En el contacto con el mundo digital, el presbítero debe transparentar, más que la mano de un simple usuario de los medios, su corazón de consagrado que da alma no solo al compromiso pastoral que le es propio, sino al continuo flujo comunicativo de la «red»”.

El papa Ratzinger siempre tiene en cuenta en su horizonte pastoral el mundo de los increyentes, de las personas en búsqueda, de los creyentes de cualquier religión, y a todos quiere llegar mediante las «redes». Escribe el Papa: “Con el Evangelio en las manos y en el corazón, es necesario reafirmar que hemos de continuar preparando los caminos que conducen a la Palabra de Dios, sin descuidar una atención particular a quien está en actitud de búsqueda. Más aún, procurando mantener viva esa búsqueda como

²⁵ IM 13.

²⁶ N. 134.

²⁷ *La Iglesia e Internet*, 5.

²⁸ *El rápido desarrollo*, 7.

primer paso de la evangelización. Así, una pastoral en el mundo digital está llamada a tener en cuenta también a quienes no creen y desconfían, pero que llevan en el corazón los deseos de absoluto y de verdades perennes, pues esos medios permiten entrar en contacto con creyentes de cualquier religión, con no creyentes y con personas de todas las culturas. Así como el profeta Isaías llegó a imaginar una casa de oración para todos los pueblos (cf. *Is* 56, 7), quizá sea posible imaginar que podamos abrir en la red un espacio –como el «patio de los gentiles» del Templo de Jerusalén– también a aquellos para quienes Dios sigue siendo un desconocido”.

DESTINATARIOS DE LA PASTORAL: ¿DÓNDE ESTÁN? ¿CÓMO SON?

En estas consideraciones pastorales hasta ahora hemos estado pendientes de lo que dice el magisterio de la Iglesia, pero no hemos fijado nuestra vista en los destinatarios del mensaje, por lo que hemos de ir a las calles del mundo donde la gente vive, a las calles digitales, en expresión del papa Francisco, para encontrarnos con las personas, sujetos de evangelización o de reevangelización. Y ¿dónde las encontraremos? Por supuesto que no en las iglesias, al menos en su inmensa mayoría, sino en las autopistas digitales, de aquí la afirmación, que es más bien una exhortación, del papa Francisco: “Abrir las puertas de las iglesias significa abrirlas asimismo en el mundo digital, tanto para que la gente entre, en cualquier condición de vida en la que se encuentre, como para que el Evangelio pueda cruzar el umbral del templo y salir al encuentro de todos”²⁹.

Lo que a continuación expongo puede parecer una digresión, pero no es así, sino que ayudará a conocer el mundo en el que vivimos y al que nos acercamos a evangelizar.

En la revista de CONFER, núm. 214, apareció un artículo titulado “*¿A quién? Los jóvenes en el contexto actual y la búsqueda vocacional*”, y en él se ofrece una somera exposición sobre las características generacionales desde la Baby Boom a la generación Z³⁰. La generación Z está formada por los adolescentes-jóvenes nacidos a partir del 2000 hasta la actualidad. Esta generación es conocida también como generación **selfie** o generación hashtag #. Desde el punto de vista de la comunicación, las dos autoras caracterizan esta generación como sigue: Son nativos digitales, ya que desde su niñez existe internet; no están todavía en el mundo laboral, sino en edad escolar; propensión al consumo y con acceso y manejo de toda la tecnología: internet, mensajes instantáneos, smartphone, iPod, iPad, notebook, etc.; ven la tecnología como elemento fundamental; sus medios de comunicación son principalmente las redes sociales y no profundizan si no es en entornos virtuales; tienen unas relaciones virtuales y otras personales³¹.

En el año 2010 el uso que de las redes sociales hace la generación Baby Boomers era del 50%; la generación X, del 62%; la generación Y, del 83%; la generación Z, del 73%.

¿Dónde están nuestros jóvenes? Ampliemos la pregunta: ¿Dónde está ahora la gente? Los jóvenes están en las redes sociales. Si queremos llegar a ellos tenemos que estar donde están ellos. Como dice **Antonio Spadaro**, Internet no es algo virtual, es un lugar, es lo que llamamos el continente digital.³²

²⁹ Mensaje XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2014-.

³⁰ Generación Baby Boom (1946-1965), X (1965-1980), Y (1980-2000) y Z (2000-actualidad).

³¹ DÉBORA VIDAL COLETO Y PATRICIA PÉREZ RUIZ, *¿A quién? Los jóvenes en el contexto actual y la búsqueda vocacional*, CONFER 56 (2017) 244-256.

³² Cf. Id.

¿En una Pastoral de mirada amplia y de futuro, puede olvidarse este “continente digital”? Creo que nuestra respuesta unánime es: «No puede olvidarse». Pues bien, y ¿cómo acceder al mundo de las comunicaciones sociales con cierta solvencia? No hay otra respuesta que mediante una **adecuada formación**. Y de la formación sobre los medios de comunicación social vamos a decir una última palabra.

Formación en los “Medios de Comunicación Social”

Nuevamente se impone tener que hacer un recorrido sobre lo que dice el magisterio de la Iglesia sobre este punto concreto. Es menester subrayar de nuevo que desde Pío XII³³ al Papa Francisco el clamor de la Iglesia pidiendo la formación de sus hijos, y especialmente de los sacerdotes y consagrados, en la cultura de los medios de comunicación social es unísono.

Para usar de forma profesional los medios de comunicación, el decreto **Inter mirifica** establece que “han de formarse oportunamente sacerdotes, religiosos y también seglares que posean la debida pericia en el manejo de estos medios para los fines del apostolado”³⁴; y san Juan Pablo II, en su carta apostólica “**El rápido desarrollo**”, dirigida a los responsables de las comunicaciones sociales, dice: “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, de 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”³⁵.

Pero centrémonos de forma breve en lo que el magisterio eclesial dice sobre el particular y referido a los sacerdotes y consagrados.

Afirma la Instrucción **Communio et progressio** que “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”³⁶ y en la catequética.

La Iglesia e Internet sostiene que “Sacerdotes, diáconos, religiosos y agentes de pastoral laicos deberían procurar formarse en los medios de comunicación para saber hacer buen uso de las posibilidades de las comunicaciones sociales sobre las personas y la sociedad, de modo que les ayude a adquirir un estilo de comunicación que hable a las sensibilidades y a los intereses de la gente que vive inmersa en una cultura mediática”³⁷.

San Juan Pablo II intuyó ya en 1985 el poder que tienen los canales de comunicación para la transmisión del Evangelio, ya a nivel de pre-evangelización, ya de profundización en la fe, para favorecer la promoción humana y cristiana de la juventud,

³³ Cf. *Miranda prorsus*, Parte final, Exhortación al clero.

³⁴ *IM* 15.

³⁵ N. 11.

³⁶ N. 108.

³⁷ N. 11.

para lo que, entre otras cosas, pide “una cuidada y específica formación teórica y práctica en los seminarios”³⁸ y en todos los movimientos eclesiales.

El 29 y 30 de abril del año en curso se celebró en Madrid el **II Congreso Internacional iMisión**, con el lema “*Estrategia y planificación en la evangelización digital*”. Uno de los objetivos planteados en este Congreso fue “contribuir en la formación de los participantes sobre las técnicas, estrategias y doctrina que conviene tener en cuenta a la hora de evangelizar en Internet, especialmente en las redes sociales”. Uno de los conferenciantes fue **Lucio Adrián Ruiz**, responsable del servicio de Internet de la Santa Sede. Entre las preguntas que lanzó al aire este ponente estuvieron: “¿Cuántos seminarios del mundo tienen formación en comunicación? (...) ¿Cuántos recursos ponen las diócesis para comunicar? (...) Y él mismo se respondió: Hay un proceso de crecimiento de comunicación importantísimo. La mentalidad como Iglesia va cambiando, pero queda mucho camino por recorrer (...) Existen resistencias”³⁹.

El 22 de febrero de este mismo año 2017 apareció publicada la flamante *Ratio fundamentalis institutionis sacerdotalis*, que se titula “**El don de la vocación presbiteral**”. Este interesante documento recoge el sentir del papa Benedicto XVI sobre los medios de comunicación, expresado en sus mensajes anuales, e indica que “la utilización de los medios de comunicación y la aproximación al mundo digital son una parte integrante del desarrollo de la personalidad del seminarista, porque el sacerdote podrá dar a conocer la vida de la Iglesia mediante estos modernos medios de comunicación, y ayudar a las personas de hoy a descubrir el rostro de Cristo. Para ello, ha de unir el uso oportuno y competente de tales medios –adquirido también en el periodo de formación– con una sólida preparación teológica y una honda espiritualidad sacerdotal, alimentada por su constante diálogo con el Señor”⁴⁰. Esta es la doctrina recogida en la RFIS, que, se supone, dejará para el *Reglamento* de cada seminario concretar la forma práctica de tal formación sobre la comunicación en el llamado continente digital, en el que las redes sociales adquieren una importancia excepcional.

Pero, a pesar de la doctrina recogida en la RFIS sobre los mass-media sigue en pie la pregunta que se hacía **Lucio Adrián Ruiz**: “¿Cuántos seminarios del mundo tienen formación en comunicación?” No siempre la postura de un Papa en cuestiones “candentes” ni sus invitaciones son acogidas por el pueblo fiel unas veces, en otras por algunos responsables, intermediarios, que, sin mala voluntad, neutralizan en ciertas ocasiones los anhelos y directrices del magisterio eclesial. He aquí el reto.

Madrid, 10 de octubre de 2017

*Marciano Santervás Paniagua,
agustino recoleto*

³⁸ Mensaje XIX Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 6.

³⁹ Cf. <http://www.vidanuevadigital.com/2017/04/30/cuantos-seminarios-del-mundo-tienen-formacion-comunicacion/>.

⁴⁰ Mensaje XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales -2010-. Cf. RFIS, 97-100.