

Universidad Empresarial Siglo 21
Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales
Trabajo Final de Graduación

Medios en el purgatorio

**El discurso de la Iglesia Católica
sobre los medios de comunicación social**

María Hilda Mistrorigo Benintende

RESUMEN

En este trabajo se analiza la construcción discursiva de la Iglesia Católica acerca de los medios de comunicación social durante las últimas siete (7) décadas. Los discursos de los máximos exponentes de la Curia Romana sobre el cine, la radio, la televisión e Internet son estudiados bajo la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso. Implícitos, valoraciones y mecanismos argumentativos constituyen los ejes a partir de los cuales se intenta dar cuenta de las estrategias mediante las cuales esta institución religiosa construye su representación sobre los *media* y sus variaciones a través del tiempo.

Palabras clave: Iglesia Católica, Discurso, Medios de comunicación.

ABSTRACT

This study analyzes the Catholic Church's discursive construction of the media of social communication over the last seven (7) decades. The discourses of the Roman Curia's greatest exponents about the cinema, the radio, the television and the Internet are studied under the perspective of Critical Discourse Analysis. Implicit forms, values and argumentation mechanisms are the pillars from where it is intended to bring out the strategies applied by this religious institution to make its own representation about media and its variation through time.

Key Words: Catholic Church, Discourse, Media.

RESUMO

Neste trabalho analisa-se a construção discursiva da Igreja Católica sobre os meios de comunicação social durante as últimas sete (7) décadas. Os discursos dos máximos expoentes da Cúria Romana sobre o cinema, a rádio, a televisão e a Internet são estudados sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso. Implícitos, valorações e mecanismos argumentativos constituem os eixos a partir dos quais se pretende dar conta das estratégias que esta instituição religiosa utiliza para construir a sua representação sobre as mídias e a sua variação através do tempo.

Palavras chave: Igreja Católica, Discurso, Meios de comunicação.

A Dios;

a Mamá y Papá, por haberme apoyado para llegar hasta acá;

a Aldo, Alejandra y María Eugenia, por haberme orientado en la realización de este trabajo;

a Massimo, por haberme enseñado a mirar “la realidad” desde otra perspectiva;

Muchas gracias.

1. Tema.....	11
2. Introducción.....	13
3. Justificación.....	15
4. Objetivos	
4.1 Objetivo general	17
4.2 Objetivos específicos.....	17
5. Marco Teórico	
5.1 Teorías del Discurso	19
5.2 Teoría de la Enunciación.....	10
5.3 Análisis Crítico del discurso (ACD).....	22
5.4 Teoría de la Argumentación	25
6. Metodología	
6.1 Diseño metodológico	31
6.2 Enfoque de investigación	31
6.3 Técnica	31
6.4 Corpus	32
7. Análisis	
7.1 MCS e Iglesia: los comienzos	35
7.1.1 Análisis Carta Encíclica <i>Vigilanti cura</i>	38
7.1.2 Consideraciones finales Carta Encíclica <i>Vigilanti cura</i>	50
7.2 MCS e Iglesia: la emergencia de la cultura audiovisual.....	53
7.2.1 Análisis Carta Encíclica <i>Miranda prorsus</i>	55
7.2.2 Consideraciones finales Carta Encíclica <i>Miranda prorsus</i>	67
7.3 MCS e Iglesia: Concilio Vaticano II.....	69
7.3.1 Análisis Decreto Conciliar <i>Inter mirifica</i>	73
7.3.2 Consideraciones finales Decreto Conciliar <i>Inter mirifica</i>	81
7.4 MCS e Iglesia: tiempos posconciliares.....	85

7.4.1	Análisis Instrucción Pastoral <i>Communio et Progressio</i>	86
7.4.2	Consideraciones finales Instrucción Pastoral <i>Communio et Progressio</i>	108
7.5	MCS e Iglesia: los problemas de la era audiovisual.....	111
7.5.1	Análisis <i>Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales</i>	111
7.5.2	Consideraciones finales <i>Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales</i>	118
7.6	MCS e Iglesia: de la cultura de masa a la cultura de los medias	121
7.6.1	Análisis Instrucción Pastoral <i>Aetatis Novae</i>	122
7.6.2	Consideraciones finales Instrucción Pastoral <i>Aetatis Novae</i>	130
7.7	MCS e Iglesia: la sociedad en red	135
7.7.1	Análisis <i>La Iglesia e Internet</i>	136
7.7.2	Consideraciones finales <i>La Iglesia e Internet</i>	145
7.8	MCS e Iglesia: caracterización del discurso eclesial.....	149
7.8.1	La construcción de la Iglesia	149
7.8.2	Estrategias ideológicas de polarización	152
7.8.3	El discurso religioso y autoritario	159
7.8.4	Las bases del acuerdo.....	161
7.8.5	La transformación del discurso eclesial	163
7.8.6	La construcción de los medios de comunicación social	165
7.8.7	Las dos caras de los medios y el doble rol de la Iglesia.....	167
7.8.8	El modelo mental de los medios de comunicación social.....	171
7.8.9	Las tres fases del parecer eclesial sobre los medios	171
7.8.10	Análisis del corpus según los períodos	173
7.8.11	¿Evolución, estancamiento o retroceso?	178
8.	Conclusiones	181
9.	Bibliografía.....	185

CUADROS

Cuadro N° 1: Argumentación *Vigilanti cura* - Contraargumentación a las críticas de la Legión de la Decencia.

Cuadro N° 2: *Communio et Progressio* - Funciones y disfunciones de los medios

Cuadro N° 3: *Communio et progressio* - Directrices para los medios de comunicación social católicos

Cuadro N° 4: *Communio et progressio* - Ordenamiento institucional de la Pastoral de comunicación.

Cuadro N° 5: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de educación

Cuadro N° 6: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de comunicación

Cuadro N° 7: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de la Pastoral de comunicación

FIGURAS

Figura N° 1: Cuadrado ideológico

Figura N° 2: Reglas para una discusión crítica

Figura N° 3: Estructura argumentativa *Vigilanti cura* - Importancia del cine como entretenimiento.

Figura N° 4: Estructura argumentativa *Vigilanti cura* - Influencia del cine

Figura N° 5: Estructura argumentativa *Vigilanti cura*

Figura N° 6: Estructura argumentativa *Inter mirifica* - El porqué de la comunicación en la Iglesia

Figura N° 7: Estructura argumentativa *Communio et Progressio* - La publicidad

Figura N° 8: Estructura argumentativa *Pornografía y Violencia en las Comunicaciones Sociales: Una respuesta pastoral* - Efectos de la pornografía y la violencia

Figura N° 9: Estructura argumentativa *Aetatis novae* - Retos actuales de los medios de comunicación social

Figura N° 10: Las dos caras de los medios y el doble rol de la Iglesia

Medios en el purgatorio. El discurso de la Iglesia Católica sobre los medios de comunicación social¹.

¹ “Medios de comunicación social” es el término que el Magisterio de la Iglesia utiliza oficialmente y a propósito. En las deliberaciones conciliares así se decidió cuando a propuesta del Secretariado se eligió este concepto para utilizarlo tanto en los documentos del Magisterio como en toda la jurisprudencia eclesial, descartándose otros como *mass-media*, medios de difusión, y otros. JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ GARCÍA. *Introducción a la Doctrina Social de la Iglesia*. Barcelona: Editorial Ariel. 2001, p. 495.

El tema de la religión y los medios de comunicación social es de suma complejidad dado que allí se entrecruzan dos universos de producción simbólica. En las sociedades contemporáneas este cruzamiento se da con mayor frecuencia pues la religión está cada vez más expuesta a una regulación mediática, no sólo por la frecuencia e interés con el que los medios tratan en la actualidad las manifestaciones religiosas, sino también por la importancia que los distintos grupos religiosos otorgan a las técnicas de difusión como parte de su programa evangelizador.

Dentro de las ciencias sociales, son frecuentes las investigaciones que abordan este asunto desde la perspectiva de los medios. Esto es, enfocan sus estudios en la interpretación y el tratamiento que los *mass media* dan al tema de la religión y sus instituciones. Sin embargo, poco se ha investigado sobre lo que sucede si se ve el fenómeno desde la otra perspectiva: cómo tratan las instituciones religiosas el tema de los medios de comunicación social, cómo los piensan, cómo los interpretan, cómo los explican en función de sus credos.

Es por ello que en el presente trabajo se propuso enfocar la problemática medios-religión desde este último ángulo. El estudio de las estrategias discursivas presentes en los textos de los representantes de la Curia Romana fue el punto del cual se partió a fin de comprender lo que para la Iglesia Católica -una de las instituciones religiosas más antiguas e influyentes en el mundo- han significado y significan los *mass media*. Por consiguiente, la pregunta que ha guiado esta investigación es: ***¿Cuál es la construcción discursiva que la Iglesia Católica hace de los medios de comunicación social?***

Los documentos escritos a cargo de los principales exponentes de la Santa Sede y de su Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales fueron sometidos a un análisis del discurso. Implícitos, valoraciones y mecanismos de argumentación fueron los ejes a partir de los cuales, bajo la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, se intentó dar cuenta de las estrategias mediante las cuales esta institución va construyendo su representación sobre los *media*.

Para las Relaciones Públicas, estudiar los mecanismos discursivos mediante los cuales los actores sociales intentan -y a veces logran- persuadir a sus interlocutores sobre la validez de sus argumentos o posiciones es un quehacer fundamental. Esta tarea cobra aun mayor relevancia en el contexto actual dado que se asiste a una lucha simbólica globalizada entre actores y grupos sociales que buscan imponer, por medio del discurso, productos de consumo, visiones del mundo y modelos de comportamiento. Pensadores como Vattimo (1992) señalan que vivimos en una sociedad de la comunicación generalizada: la sociedad de los *mass media*, la misma que ha sido crucial para marcar el fin de la modernidad. Se disuelve la historia, no existe ya una historia única, existen imágenes del pasado propuestas desde diversos puntos de vista. Estaríamos, según el filósofo italiano, ante la aparición de un nuevo tipo de condición cultural definida como postmoderna. Los medios de comunicación social tienen un papel determinante en este proceso de disolución de los puntos de vista centrales. Radio, televisión, periódicos -hoy globalizados, convergidos y potenciados por Internet- se han vuelto elementos de una gran explosión y multiplicación de visiones de mundo. Culturas y subculturas tienen acceso a la *toma de palabra*, lo que resulta en un verdadero potencial para la emancipación política.

Siguiendo el razonamiento de Vattimo, la situación actual representa entonces un desafío para todas aquellas instituciones portadoras de narrativas totalizantes que, desde tiempos inmemoriales, han ocupado los lugares privilegiados de la sociedad. Por un lado, los medios de comunicación social se han instalado como vectores de la mundialización simbólica, vehiculizando e instituyendo diferentes puntos de vista. Esto constituye una verdadera amenaza a la pretensión de verdad única y universal de las instituciones tradicionales, que hoy deben competir de igual a igual con otras perspectivas dentro de esta nueva esfera pública; todas ellas con un mismo fin: mantener y conquistar adherentes. Por otro lado, sin embargo, el inédito potencial para propagar y reproducir ideas que los medios comportan, no puede ser desaprovechado. Si se tiene en cuenta el hecho de que las ideologías se reproducen de manera importante en forma discursiva, con la globalización de las comunicaciones y la importancia de los medios en la vida cotidiana de los individuos, el acceso a la nueva esfera pública se vuelve crucial para la vigencia de las instituciones tradicionales.

Propuesta esta reflexión, ¿Qué interés particular reviste el discurso de la Iglesia Católica al respecto?

Aquí se parte de la premisa de que la Iglesia Católica aún es una pieza nuclear en el rompecabezas de la conducción moral e intelectual del mundo. En consecuencia, esta institución constituye un referente insoslayable a la hora de analizar los procesos sociales de producción simbólica a escala global, en los que hoy los *media* poseen un papel protagónico. ¿Cómo la Iglesia Católica responde al surgimiento de tecnologías capaces de poner en tela de juicio sus verdades fundamentales?, ¿Cuál es la visión que esta institución milenaria tiene del fenómeno mediático?, ¿Cómo lo incorpora a su narrativa para que el final siga siendo feliz?, son algunas de las inquietudes a las que este trabajo buscó dar respuesta.

Otra de las razones que justificaron la ejecución de esta investigación, como se adelantó anteriormente, fueron los escasos antecedentes de artículos académicos que abordan el fenómeno medios-religión desde la perspectiva de las instituciones religiosas. La tradición de estudios del discurso periodístico es, sin dudas, mucho más extensa que la del discurso religioso; y más aún en lo que respecta al discurso religioso que aborda la temática los medios de comunicación social.

Por último, la importancia de este trabajo también reside en proponer un ejemplo de aplicación del Análisis del Discurso y señalar la significativa contribución que esta técnica de investigación constituye para los profesionales de Relaciones Públicas en su función de “intérpretes de la realidad”. Las teorías del discurso y los enfoques de análisis aquí presentados, así como también el modelo analítico esbozado a partir de éstos, podrán ser

útiles como punto de partida para que los profesionales de comunicación logren conocer con mayor profundidad los motivos y sentidos de los agentes y grupos sociales con los que tratan.

4.1 OBJETIVO GENERAL

- Caracterizar la construcción que la Iglesia Católica hace de los medios de comunicación social en su discurso durante las últimas siete (7) décadas.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir las valoraciones que la Iglesia Católica hace respecto de los medios de comunicación social.
- Identificar cuáles son las estrategias discursivas que la Iglesia Católica utiliza para presentar su construcción de los medios de comunicación social como verdadera.
- Reconocer los mecanismos argumentativos recurrentes en el discurso de la Iglesia Católica sobre los medios de comunicación social.
- Reconocer las relaciones de antagonismo y alianza en las formaciones discursivas.
- Determinar si ha habido variaciones en la caracterización de los medios de comunicación social a lo largo del tiempo.
- Determinar si ha habido variaciones en los mecanismos discursivos utilizados.

5.1 TEORÍA DEL DISCURSO²

La noción de discurso se ha entendido de diferentes maneras en función de la óptica desde la cual se la define. A raíz del fuerte flujo posestructuralista sobre la teoría social y cultural de las últimas décadas, se ha ido formando un consenso entre los teóricos sobre la caracterización del discurso como práctica social. Así pues, tal y como lo señalan Casamiglia Blancafort y Tusón Valls (1999:15), hoy “hablar de discurso es, ante todo hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social”.

El lenguaje en cuanto discurso es interacción, es un modo de producción social, de construcción. Toda vez que alguien enuncia un discurso crea un mundo discursivo, en el cual el propio hablante se instaure dentro de ese discurso como un “hacedor” o “creador” del mundo, y en torno de su propia imagen puede situar los objetos que refiere.

5.2 TEORÍA DE LA ENUNCIACIÓN

La Teoría de la Enunciación, que se desarrolla a partir de los escritos de Benveniste, ha permitido definir la unidad discursiva básica en los estudios del lenguaje: el enunciado, entendido como el producto del proceso de la enunciación. Esta teoría sostiene que en la actualización del sistema de la lengua se hace presente el aparato formal de la enunciación, esto es, los componentes del proceso por el que se desenvuelve el uso de la lengua en el discurso. Benveniste (1970) define la enunciación, en relación a la lengua, como un “proceso de apropiación”; en el cual el locutor hace suyo el aparato formal de la lengua y, por medio de índices específicos, enuncia su posición (Casamiglia Blancafort & Tusón Valls, 1999:134). En cada enunciado, el hablante deja una impronta, una huella a través del empleo de frases o palabras que revelan su actitud frente al mundo creado discursivamente y frente a la situación en la que se produce el discurso, que se denomina enunciación.

Las huellas son, por un lado, frases, palabras morfemas, o entonaciones particulares que permiten leer en el enunciado cómo el locutor selecciona, destaca u omite entidades de la situación comunicativa llamadas deícticos (yo, ahora, venir). Por otro, también son marcas para ser leídas las valoraciones que el locutor haga del mundo que representa (maravilloso, desechable, corrupto) y que denominamos subjetivemas, o las valoraciones que destine a su propio discurso, afirmaciones rotundas, dudas o deseos que manifieste (modalidades: creo que..., lamentablemente, por suerte, ojalá) entre otras posibilidades (Balmayor en Marafioti, 2008:119).

Deixis

Las lenguas tienen la capacidad de gramaticalizar algunos de los elementos contextuales, a través del fenómeno de la deixis. Los elementos deícticos permiten jugar con los planos, los tiempos y con las personas en el escenario de la comunicación. Organizan el tiempo y el espacio, sitúan a los participantes y a los propios elementos textuales del discurso. Los deícticos son elementos que conectan la lengua con la enunciación y se encuentran en categorías diversas (demostrativos, posesivos, pronombres personales, verbos, adverbios) que no adquieren sentido pleno más que en el contexto en el se emiten (Casamiglia Blancafort &

² A los fines de esta investigación se hará una distinción entre la Teoría del Discurso (TD) y el Análisis del Discurso (AD). La TD resume aquellos aspectos conceptuales que caracterizan al discurso como práctica social, las operaciones que se realizan y los procesos generales en los que se inscribe. Esta teoría es un conjunto de juicios sobre el discurso, sus propiedades, rasgos y eventuales usos. El AD por su parte es una metodología, incluye un conjunto de procedimientos sobre un cuerpo previamente delimitado y sobre el cual se experimentan aplicaciones conceptuales, herramientas de interpretación.

Tusón Valls, 1999:116). Sin embargo, los deícticos no sólo sirven como indicadores de los elementos del entorno contextual. La presencia o ausencia de los deícticos puede generar sentidos adicionales revelando valoraciones y posiciones del locutor. Es, puntualmente, en esta propiedad continente de sentido en la que se enfocó el presente estudio. Aquí, el análisis de los deícticos no tiene como finalidad construir un exhaustivo inventario de los objetos pertenecientes a la situación de enunciación, sino la de identificar los sentidos ocultos que el hablante adjudica a dichos objetos y que resultan relevantes a los fines de esta investigación.

Para Casamiglia Blancafort y Tusón Valls (1999), existen cinco tipos de deixis: personal, social, temporal, espacial y textual. Las tres primeras serán utilizadas y estudiadas con mayor profundidad en el modelo analítico propuesto para este trabajo.

Deixis personal: señala a las personas del discurso, las presentes en el momento de la enunciación y las ausentes en relación a aquéllas. El hablante puede tomar diversas estrategias para emprender la presentación de sí mismo y la de los demás, ninguna de ellas exenta de significación. Los pronombres personales y posesivos y los morfemas verbales de persona sirven para este propósito.

Deixis social: señala a las identidades de las personas del discurso y la relación entre ellas o entre ellas y la posible audiencia. Sirven para este cometido los elementos del sistema de tratamiento formados por algunos pronombres, los apelativos y los honoríficos.

Deixis temporal: indica elementos temporales tomando como referencia el ahora que marca el enunciador como centro deíctico de la enunciación. Cumplen esta función los adverbios y locuciones adverbiales de tiempo, el sistema de morfemas verbales de tiempo, algunas preposiciones y adjetivos. El uso de los tiempos verbales pueden expresar, además del sentido deíctico, perspectivas discursivas ligadas a la voluntad del hablante.

Subjetivemas

Si bien toda unidad léxica es, en cierto sentido, subjetiva, dado que las palabras de una lengua son símbolos sustitutivos e interpretativos de las cosas que pertenecen al mundo “real”; algunas cargan un peso mayor de subjetividad. De esta manera, al verbalizar un referente cualquiera, el sujeto de la enunciación selecciona las unidades que el repertorio de la lengua le ofrece eligiendo entre dos grandes alternativas: el discurso objetivo -que intenta borrar toda huella del enunciador- o el discurso subjetivo - en el que el enunciador asume explícitamente su opinión y se posiciona como fuente evaluativa.

Según Balmayor (en Marafioti, 2008) los elementos léxicos subjetivos (subjetivemas) pueden presentarse en distintas clases de palabras: sustantivos adjetivos, adverbios y verbos; y, clasificarse en dos grandes grupos conforme sus rasgos semánticos:

- Afectivos

- Evaluativos que a su vez pueden subdividirse en:

 - axiológicos: comportan un rasgo de bondad/maldad que afecta al objeto denotado

 - modalizadores: atribuyen un rasgo de tipo verdadero/falso

Modalidad

El análisis de la modalidad como fenómeno discursivo se remonta a la clásica oposición establecida entre “dictus” (contenido representado del mundo) y “modus” (lenguaje representante). En el estadio actual de los estudios sobre el lenguaje, el problema de la modalidad está íntimamente relacionado con las estrategias enunciativas que provocan efectos de sentido.

La modalidad se refiere al cómo se dicen las cosas, a la posición y la actitud del locutor respecto al contenido de sus enunciados, a la relación que establece con el discurso que emite.

Según Casamiglia Blancafort y Tusón Valls (1999), existen diversos tipos de modalidad que pueden agruparse bajo las siguientes categorías:

- Modalidades de frase y modos verbales que suponen una perspectiva implícita del sujeto.
- Modalidades que expresan el grado de certidumbre, probabilidad o posibilidad del dictus.
- Modalidades apreciativas
- Modalidades expresivas

Implícitos y presuposiciones

Más allá de las “huellas” presentes en el discurso, toda reflexión acerca del sentido de los enunciados lleva necesariamente a plantear la importancia de lo “no dicho” -aquello que no está presente materialmente- en la formulación y comprensión de los mismos. La teoría de la enunciación, al postular que ésta no es sino un efecto del enunciado, indica que, si bien dentro del enunciado existen ciertas marcas que pueden ser identificadas, estas marcas empíricas representan sólo una ínfima parte de la enunciación. De esta forma, se vuelve necesario reconstruirla teniendo en cuenta lo no dicho, esto es, lo que ha sido omitido en el enunciado pero que es parte constitutiva de la enunciación. Balmayor se refiere a ello como lo “implícito” y señala que este “implicar” puede aparecer en el discurso de múltiples maneras: “La proposición expresada por el enunciado suele estar afectada por relaciones de implicación, y conjuntamente, la enunciación misma se rige por mecanismos que determinan la presencia de frases (o palabras) con significados implícitos” (Marafioti, 2008: 166).

La autora introduce los aportes de Voloshinov para el análisis de las implicaciones conversacionales, quien considera al enunciado como un “entimema” (silogismo en el cual una de las premisas no está expresada sino sobreentendida), integrado por una parte verbal actualizada y una parte implícita que se integra al enunciado como un elemento indispensable para su constitución semántica. Lo no dicho es en Voloshinov “ese horizonte espacio-temporal y semántico común a los interlocutores”, compuesto por el espacio y tiempo de la enunciación, el tema del enunciado y la evaluación de los interlocutores que hacen del mismo. Así, todo enunciado se constituye integrando la parte verbal y la situación, bajo la forma de un horizonte común (Marafioti, 2008: 169).

Otra forma en que lo “no dicho” aparece en un texto es a través de las “presuposiciones”. La oposición expuesto/presupuesto remite a dos formas de presentación de la información en un enunciado. En el primer caso, se la presenta como aquello que constituye el verdadero objeto del decir, susceptible, entonces, de ser afirmado, cuestionado o negado. En el segundo, se la presenta como lo ya sabido y confirmado, que aparece inscripto en el enunciado vinculado a construcciones o lexemas que constituyen sus puntos de anclaje. Esta posibilidad que da la lengua permite a los hablantes adoptar diversas estrategias discursivas cancelando, naturalizando o desarrollando sus discursos y lograr, de esta manera, diversos efectos de sentido (Marafioti, 2008: 172).

Interpretar los discursos de esta forma, no como mero traspase de informaciones sino como práctica social, como producción de la realidad, permite indagar más profundamente acerca de los actores sociales y el porqué de sus discursos. Uno de los enfoques dentro de las teorías del discurso que ha prestado gran atención al aspecto social y cognitivo de los enunciados es el Análisis Crítico del Discurso (ACD). El ACD se centra en los problemas sociales y, en especial, en el papel que tienen los discursos en la producción y reproducción del poder.

5.3 ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO (ACD)

El ACD nace como una reacción contra los paradigmas formales del análisis del discurso dominantes en los años sesenta y setenta. No es un método ni una teoría, sino más bien una postura crítica de estudio que puede realizarse o combinarse con otros enfoques y subdisciplinas de las ciencias sociales (Van Dijk, 1999a y 2003). Esta perspectiva supone que es posible, mediante una lectura minuciosa y análisis sistemático de los textos, “poner al descubierto” las ideologías de los hablantes (Van Dijk, 1996 y 1999a).

Debido a su ductilidad y a las significativas contribuciones que el ACD viene ofreciendo para la comprensión de fenómenos contemporáneos, se lo utilizó en el estudio e interpretación de los textos que constituyen el corpus del presente trabajo, en combinación con los conceptos ya presentados sobre la teoría de la enunciación y con otros pertenecientes a la teoría de la argumentación, de los que se hablará más adelante.

Ideología

En primer lugar, cabe detenerse en el concepto de ideología, dado que, a pesar de ser utilizado de manera generalizada en las ciencias sociales, aún continúa siendo uno de los conceptos más difusos y polémicos en este campo de estudio. La ideología será aquí entendida como una concepción de mundo o creencia fundamental que comparte un grupo social y sus miembros en circunstancias históricas determinadas (Van Dijk, 1996; 1999a; 1999b y 2003). La noción de ideología y la del lenguaje, en la perspectiva del ACD, están estrechamente vinculadas y, a la vez, son mutuamente necesarias. Por un lado, el discurso es una de las instancias más significativas en que la ideología se materializa; por otro, no hay discurso que no sea ideológico. Esta postura deja de lado la tradicional concepción de ideología como “falsa conciencia” instaurada por Marx y Engels, y toma otra dirección al entender la ideología como algo inherente al signo en general.

El lenguaje en tanto discurso no constituye un universo de signos que sirve apenas como instrumento de comunicación o soporte del pensamiento; el lenguaje es interacción, y un modo de producción social; no es neutro, inocente ni natural, por eso es el lugar privilegiado de manifestación de la ideología. Es el sistema-soporte de las representaciones ideológicas, es el medio en que se articulan y confrontan agentes colectivos (...) (Brandão, 2004:11).

Como otras representaciones sociales, las ideologías tienen una organización esquemática que consiste en un número limitado de categorías fijas alrededor de las cuales se organizan las opiniones y actitudes de los grupos acerca de temas sociales relevantes (Van Dijk, 1996:19). Esto implica que, si bien las ideologías son sumamente abstractas a fin de ser funcionales en muchos campos y situaciones sociales, las categorías que las componen pueden reconocerse y especificarse en enunciados concretos en relación a asuntos sociales particulares, como es, en este trabajo, el fenómeno de los medios de comunicación social.

Van Dijk (1996) sostiene que en los discursos representativos de grupos sociales, las categorías conceptuales a partir de las cuales se estructuran las ideologías aparecen como distintos tipos de información respecto del colectivo que las comparte. Estas informaciones pueden ser agrupadas bajo la siguiente clasificación:

- a) Descripciones auto-identitarias.
- b) Descripciones de actividad.
- c) Descripciones de propósitos.
- d) Descripciones de normas y valores.
- e) Descripciones de posición y de relación.
- f) Descripciones de los recursos.

Estructuras discursivas

El propósito del ACD no reside simplemente en “descubrir” las ideologías subyacentes, sino también en articular sistemáticamente las estructuras del discurso con las estructuras de las ideologías. El ACD considera a los usuarios del lenguaje como miembros de comunidades, grupos u organizaciones que hablan, escriben o comprenden desde una posición social específica. Por ello, este tipo de análisis busca también establecer qué ideologías se encuentran particularmente asociadas con esa posición social y cómo ello afecta y se manifiesta en las diferentes estructuras del discurso. En lo que respecta a este trabajo, la perspectiva del análisis crítico fue aplicada para estudiar cómo la ideología de la Iglesia Católica se manifiesta en las diferentes estructuras del discurso a fin de legitimar su posición social como autoridad del régimen de la verdad.

Según van Dijk (2003) para entender cómo las ideologías se expresan en los discursos se debe proceder a un análisis de los textos atendiendo a los diversos niveles en los que se estructuran: macroestructuras y microestructuras semánticas; y superestructuras y microestructuras textuales. Dada la complejidad de niveles presentes en el discurso y las diversas formas en la que se pueden expresar las ideologías, el autor (1999b) sostiene que se vuelve necesario disponer de una “heurística” práctica o de un método para hallar la ideología en el lenguaje. Según este autor, la estrategia general prevaleciente en todo discurso ideológico se basa en la autopresentación positiva y la presentación negativa del otro.

La semántica ideológica subyacente a tal selección léxica sigue una pauta estratégica muy clara, esto es, en general se tiende a describir en términos positivos a los grupos a los que pertenecemos (*ingroups*) y a sus miembros, así como a sus amigos, aliados o seguidores, mientras que a los grupos ajenos (*outgroups*), a los enemigos u oponentes se les describe en términos negativos. (...) Esto no solamente queda claro en los adjetivos o los sustantivos usados para describir al grupo al que se pertenece (*ingroup*) y a los otros grupos (*outgroup*) y sus atributos, sino también en las estructuras complejas que relacionan a estos grupos con acciones, objetos, lugares, o acontecimientos específicos (Van Dijk, 1996:23-24).

Si a esta estrategia general -énfasis en los aspectos positivos del *ingroup* y énfasis en los aspectos negativos del *outgroup*- se la complementa con sus contrarios se obtiene un cuadrado conceptual que van Dijk denomina “cuadrado ideológico” y que puede aplicarse en todas las estructuras del discurso.

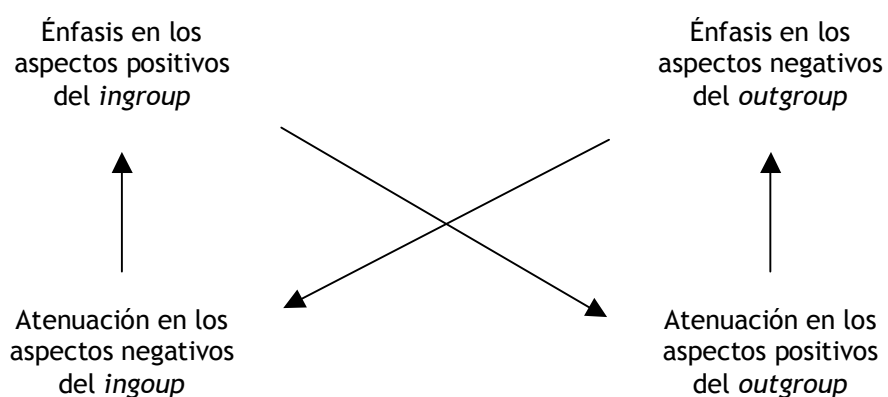


Figura N° 1: Cuadrado ideológico

Modelos contextuales

Hasta aquí se ha explicado cómo las ideologías se hacen presentes en los enunciados afectando las diversas estructuras discursivas. Sin embargo, para poder entender cómo lo hacen se vuelve indispensable remitirse al concepto de contexto.

El concepto de contexto es esencial para todos los estudios lingüísticos que se plantean desde una perspectiva pragmática o discursivo-textual. Precisamente, el aspecto que con más claridad define este tipo de estudios y, al mismo tiempo, los distingue de los que se realizan desde un punto de vista estrictamente gramatical consiste en que aquéllos incorporan los datos contextuales en la descripción lingüística. En efecto, (...), el análisis del discurso se puede definir como el estudio del *uso lingüístico contextualizado* (Casamiglia Blancafort & Tusón Valls, 1999:101).

Delimitar el alcance y significado de lo que el término contexto significa es fundamental debido a la multiplicidad de significados e interpretaciones que existen del mismo, y más importante aún, dado a que de ella dependerán, en gran medida, las inferencias del sentido que se elaboren a partir de los textos analizados. Van Dijk (2003) distingue entre los “contextos globales” y los “contextos locales”. Los primeros se definen por las estructuras sociales, políticas, culturales e históricas en las que tienen lugar los acontecimientos comunicativos. En el ACD, estas estructuras constituyen con frecuencia la lógica crítica y explicativa última del discurso y su análisis. Por esta razón, en cada uno de los textos analizados se buscó destacar los principales rasgos de los contextos socio-históricos en que fueron elaborados los documentos a fin de facilitar la ubicación temporal de los cambios de actitud asumidos por la Iglesia a lo largo del tiempo y, de esta manera, explicar el surgimiento de formas distintivas de relacionarse con los medios de comunicación presentes en cada período.

El contexto local, a diferencia de otros autores, es entendido por van Dijk en términos sociocognitivos. Esto es, el contexto no sería algo externo a los participantes, sino un esquema mental que construyen los participantes acerca de una situación comunicativa particular.

(...) mi teoría del contexto no define las diversas propiedades de la situación local que controla y constriñe el texto y la conversación, sino las formas en que los usuarios del lenguaje interpretan o definen esas propiedades mediante sus modelos contextuales mentales (...) Los modelos contextuales nos permiten explicar cuál es el aspecto relevante de la situación social para quienes participan en el discurso. En otras palabras, una teoría del contexto nos brinda una teoría de la relevancia (Van Dijk, 2003:161).

En síntesis, para van Dijk, el contexto local -o “modelo contextual”, como el autor prefiere denominarlo- quedaría definido como la estructura mental de aquellas propiedades de la situación social que los actores consideran como relevantes. La relevancia del estudio de los modelos contextuales para el análisis del discurso reside entonces en que éstos constituyen el puente que vincula la información mental que se tiene sobre un acontecimiento y los significados efectivos que se construyen en un discurso.

La mayoría de las teorías sobre el contexto y la contextualización establece un enlace directo entre situación social y discurso. El problema fundamental de esa manera de representar el contexto es que estructuras sociales no pueden directamente influir o afectar el discurso. Lo que falta es una interfaz cognitiva; son los participantes de un evento comunicativo quienes construyen la relación entre su discurso y la situación social como ellos la interpretan. Esa construcción interpretativa, subjetiva, y personal de la situación es un *modelo del contexto* o simplemente *contexto*. En otras palabras, un contexto como lo defino yo no es solamente social (como la situación social de la comunicación), sino también personal y cognitivo, porque cada persona tiene su propia interpretación de la situación social en que participa (Van Dijk, 2001:79).

Los modelos del contexto sirven a los participantes de una situación comunicativa como una guía para elaborar una representación más o menos adecuada y relevante de su entorno. Esto influirá en la producción y la recepción del discurso, de tal manera que la estructura del discurso -o su interpretación por el receptor- sea adecuada a la situación interpersonal y

social. Los modelos del contexto controlan sobre todo la producción de las estructuras discursivas: la selección de tópicos, la sección léxica, la forma de algunas estructuras sintácticas, la organización global, entre otras.

Una vez construido el modelo del contexto, el hablante comienza con la producción del discurso. Si el discurso es sobre un evento concreto, el hablante activará lo que van Dijk denomina “modelo de acontecimiento”: “Los usuarios del lenguaje no sólo construyen modelos mentales de la situación en la que interactúan, sino también de los acontecimientos o las situaciones de las que hablan o escriben” (Van Dijk, 2003:165).

Los modelos de acontecimientos son mucho más complejos de lo que el hablante pueda o precise decir. Sujetos al modelo de contexto -que indicará al locutor qué es necesario e importante expresar en una situación- los modelos de acontecimiento representan el último eslabón de la interfaz sociocognitiva que une las estructuras sociales con los discursos.

5.4 TEORÍA DE LA ARGUMENTACIÓN

Las estructuras del discurso no son solamente “expresivas” o relativas a posiciones ideológicas, sino que también pueden jugar cierto papel en la dimensión recepción-persuasión de la comunicación. Esto es, en relación con las ideologías, las estructuras del discurso tienen siempre la doble función de poner en juego o “ejecutar” ideologías subyacentes por una parte, pero por la otra pueden actuar como medios de persuasión más o menos poderosos. Esta función del discurso ideológico será examinada en este trabajo bajo el enfoque que proponen las teorías de la argumentación.

Orlandi (1983 apud Citelli, 2002) sostiene que el discurso religioso se caracteriza por ser un discurso de tipo *autoritario*³. El autor considera este tipo de formación discursiva como persuasiva por excelencia, puesto que allí se hacen presentes todas las condiciones para el ejercicio de la dominación por medio de la palabra.

Aquello que convencionalmente se llama proceso de comunicación (yo-tú-yo) prácticamente desaparece, visto que el tú se transforma en mero receptor, sin cualquier posibilidad de interferir y modificar aquello que está siendo dicho. Es un discurso exclusivista que no admite mediaciones ni ponderaciones. El signo se cierra e irrumpe la voz de la ‘autoridad’ sobre el asunto, aquel que irá a dictar verdades como en un ritual entre la gloria y la catequesis (Citelli, 2002:48).

Por esta razón se volvió pertinente para los fines de esta investigación, tomar en cuenta los aportes que dentro del análisis del discurso proporciona la Teoría de la Argumentación. Esto es, el estudio de las estrategias que los hablantes utilizan para persuadir a sus interlocutores, para imponer al otro un punto de vista, una ideología, una forma de pensar y actuar haciéndoles abandonar sus posiciones y suscribiendo otras.

Para van Eemeren y Grootendorst (1984: 18), “La argumentación es un acto de habla formado por una constelación de afirmaciones destinadas a justificar o rechazar una opinión expresada, y concretadas en una discusión organizada a fin de convencer a un juez racional sobre un punto de vista particular, conforme a la aceptabilidad o inaceptabilidad de esa opinión”.⁴ Los mecanismos argumentativos aparecen en el discurso toda vez que se invocan razones que hacen necesario justificar una especulación, una opinión o una decisión y cuando es preciso inferir una conclusión a partir de un conjunto de premisas. Las formas de argumentación difieren en primer lugar conforme a la manera en que se llevan a cabo: oral o escrita; y en segundo, dependiendo de la presencia y de la posición de los protagonistas. Para Lo Cascio, el discurso o la prédica constituye un tipo de situación particular pues el orador se encuentra ante un interlocutor que ya, por elección, comparte su ideología y le es por ello favorable *a priori*. Sin embargo la argumentación se hace presente a través de un análisis

³ En *A linguagem e seu funcionamento* (1983), Orlandi establece tres tipos organizacionales del discurso: polémico, lúdico y autoritario.

⁴ Traducción propia.

detallado de las opiniones de las que el locutor ya participa intuitivamente, pues desea tener argumentaciones a favor de tales opiniones de forma que las motivaciones de su adhesión le devengan explícitas y justificadas (Lo Cascio, 1998:87).

Estructura interna de la argumentación

Para definir la estructura interna de la argumentación y su organización lingüística, Toulmin (1958-1975) esbozó un modelo con seis categorías que pueden componer la argumentación. Las primeras tres figuran siempre de forma explícita o implícita en todo razonamiento argumentativo. Los demás elementos no se encuentran necesariamente presentes.

1. Opinión (*Claim*): Toulmin considera la tesis propuesta en una argumentación como una petición o pretensión, en cuanto el hablante busca obtener el consenso del oyente.
2. Argumentos (*Data*): Los hechos, las pruebas o los datos que se utilizan para sustentar una determinada opinión.
3. Regla General (*Warrant*): Las garantías o reglas generales a partir de las que se dan por “ciertos” los argumentos y, por ende, se justifican ciertas opiniones.
4. Fuente (*Backing*): Fundamento de las garantías de las informaciones, es decir, datos ulteriores que permiten sostener la tesis y garantizar ciertas reglas generales o la “verdad” de los datos.
5. Calificador (*Qualifier*): Elemento que caracteriza, aunque relativizándolas, las opiniones aducidas o los argumentos propuestos.
6. Reserva (*Rebuttal*): Informaciones o datos que conducen a conclusiones o tesis hacia las que se está previniendo. Se trata de dudas y reservas sobre la validez u oportunidad de la tesis.

(Lo Cascio, 1998: 123)

Como se expuso más arriba, para Toulmin, un razonamiento es válido si están presentes los tres elementos indispensables (opinión, argumento, regla general) y si la relación entre tesis y argumentos está justificada de forma conveniente. El concepto de regla general es central en la teoría toulminiana pues de él depende la validez de la argumentación. Toulmin plantea que el enunciado de un dato o de un fundamento particular justificará una conclusión sólo en función de la ley de pasaje empleada y sobre la cual, en definitiva, descansa el edificio argumentativo (Marafioti, 2008: 214). La regla general es la única de los tres elementos que, aun estando semánticamente presente, puede no estar lexicalizada y, en consecuencia, ser solamente deducida lógicamente.

De manera similar, Anscombe y Ducrot desarrollaron la noción de “*topos*” (pl. *topoi*) para designar la relación discursiva entre dos proposiciones interdependientes, P y Q, que puede ser vista como una estructura argumento-conclusión que da soporte a un enunciado. Para estos autores el uso de *topoi* tiene como finalidad la construcción de representaciones ideológicas que dan legitimidad a un enunciado en un marco contextual determinado (Martí, 2006:3). Los *topoi*, se plantean como un principio previo al proceso de enunciación ya que remiten a creencias o lógicas socialmente compartidas. Por esta razón, el uso de los *topoi* en el análisis del discurso fue utilizado para la construcción de representaciones ideológicas implícitas, cuyo gran poder persuasivo procede del hecho de que, si bien el enunciador las convoca libremente, se presentan como si fueran exteriores a él y, en consecuencia, objetivas (Martí, 2006:4).

Puntos de partida de la argumentación

Otro punto que se tuvo en cuenta en lo que respecta al uso y análisis de los mecanismos argumentativos fueron los puntos de partida, las bases del acuerdo sobre los cuales el orador

construye su argumentación. Los datos o argumentos de los que es posible partir se pueden dividir, según la tipología establecida por Perelman y Olbrechts-Tyteca (1966), en dos grupos; los que se refieren a la realidad: hechos, verdades y presunciones; y los que se refieren a las preferencias: valores, jerarquías y lugares de preferencia (Lo Cascio, 1998: 258).

Los hechos y verdades forman objetos indiscutibles, sobre los que el auditorio mantiene un consenso y no es necesario incrementar la adhesión. Se habla de hechos cuando se alude a ideas de común acuerdo, precisas y limitadas; en cambio, las verdades representan sistemas más complejos, relativos a enlaces entre hechos, como ser concepciones religiosas que trascienden la experiencia. Las presunciones son opiniones que no pueden ser demostradas aunque la adhesión a ellas puede ser reforzada o suprimida al sostener lo opuesto.

Los valores influyen sobre los cursos de acción. Brindan razones para preferir un curso de acción frente a otro, una elección frente a otra, aunque no siempre serán aceptados como razones de peso. En el funcionamiento argumentativo se distinguen los valores concretos - pertenecientes a un grupo social en un determinado contexto espacio-temporal- y los valores abstractos -como justicia, verdad, solidaridad. A partir de los valores se organizan las jerarquías. Por último, los lugares de preferencia son proposiciones que sirven para justificar valores o jerarquías pero que también tienen la característica de evaluar aspectos complementarios de la realidad.

Estructuras argumentativas

Otro aspecto analizado fueron las “estructuras argumentativas”. Los elementos persuasivos que se emplean en los discursos pueden ser analizados en términos de una organización de ideas que se corresponde con estrategias discursivas específicas. La relación ordenada de los razonamientos es lo que vuelve coherente, o hace que lo parezca, a una argumentación. Las grandes estructuras que organizan la argumentación son: la inducción, la deducción y el razonamiento causal (Marafioti, 2008).

Inducción: forma de razonamiento que establece generalizaciones a partir de un conjunto de observaciones. Los mecanismos argumentativos que siguen un tipo de razonamiento inductivo son: el ejemplo, la ilustración y el modelo.

Deducción: tipo de razonamiento que consiste en la derivación de ciertos enunciados a partir de otros de forma lógica. Es una progresión de lo general a lo particular. Los enunciados de los cuales se parte para efectuar la derivación reciben el nombre de premisas y el enunciado último derivado de tales premisas es la conclusión. Los mecanismos argumentativos que siguen un tipo de razonamiento deductivo son: el silogismo, el entimema, el razonamiento escalonado y la espiral argumentativa.

Razonamiento causal: forma de razonamiento que utiliza la relaciones causa-efecto y efecto- causa. Dentro de este tipo de ordenamiento de los enunciados argumentativos se encuentran la argumentación pragmática y la justificación por una causa.

Otras estructuras argumentativas de las que dispone el orador son:

- los argumentos cuasi-lógicos: son estructuras argumentativas que se presentan como comparables a razonamientos formales, lógicos o matemáticos de los cuales extraen su fuerza persuasiva. Las operaciones argumentativas que entran dentro de esta categoría son: las definiciones, la reciprocidad, la contradicción, la incompatibilidad total o parcial, la transitividad, y la división.
- la disociación de nociones: técnica argumentativa que consiste en afirmar la indebida asociación de elementos aglomerados en una misma concepción o designados bajo una misma noción.

La solidez de la argumentación y el debate de opiniones

Desde una perspectiva pragma-dialéctica de la argumentación, van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans (2006:95-97) sostienen que la validez de una argumentación depende en primera instancia de la consistencia lógica y pragmática del razonamiento subyacente, y, en segunda instancia de la consistencia individual de los argumentos que componen dicho razonamiento. “Para que sea considerado consistente, un argumento único debe comprender tres requerimientos: cada uno de los enunciados que conforma el argumento debe ser aceptable, el razonamiento subyacente al argumento debe ser válido y el esquema argumentativo empleado [estructura argumentativa] debe ser apropiado y empleado correctamente” (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006: 97).

Asimismo, cuando esta argumentación se inscribe dentro de un debate de opiniones, los autores señalan diez reglas que deben ser observadas para que la resolución del mismo sea satisfactoria:

<p style="text-align: center;">Reglas para una discusión crítica (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:177-178)</p>	
Regla 1: REGLA DE LA LIBERTAD	Las partes no deben impedirse unas a otras el presentar puntos de vista o el ponerlos en duda.
Regla 2: REGLA DE LA CARGA DE LA PRUEBA	Una parte que presenta un punto de vista está obligada a defenderlo si la otra parte le solicita hacerlo.
Regla 3: REGLA DEL PUNTO DE VISTA	El ataque de una parte en contra de un punto de vista debe referirse al punto de vista que realmente ha sido presentado por la otra parte.
Regla 4: REGLA DE LA RELEVANCIA	Una parte solamente puede defender su punto de vista presentando una argumentación que esté relacionada con ese punto de vista.
Regla 5: REGLA DE LA PREMISA IMPLÍCITA	Una parte no puede presentar algo falsamente como si fuera una premisa dejada implícita por la otra parte, ni puede negar una premisa que él mismo ha dejado implícita.
Regla 6: REGLA DEL PUNTO DE PARTIDA	Una parte no puede presentar falsamente una premisa como si fuera un punto de partida aceptado, ni puede negar una premisa que representa un punto de partida aceptado.
Regla 7: REGLA DEL ESQUEMA ARGUMENTATIVO	Una parte no puede considerar que un punto de vista ha sido defendido concluyentemente si la defensa no se ha llevado a cabo por medio de un esquema argumentativo apropiado que se haya aplicado correctamente.
Regla 8: REGLA DE LA VALIDEZ	En su argumentación, las partes solamente pueden usar argumentos que sean lógicamente válidos o que sean susceptibles de ser validados explicitando una o más premisas implícitas.
Regla 9: REGLA DEL CIERRE	Una defensa fallida de un punto de vista debe tener como resultado el que la parte que lo presentó se retracte de él y una defensa concluyente debe tener como resultado el que la otra parte se retracte de sus dudas acerca del punto de vista.
Regla 10: REGLA DE USO	Las partes no deben usar formulaciones que resulten insuficientemente claras o confusamente ambiguas y deben interpretar las formulaciones de la parte contraria tan cuidadosa y exactamente como les sea posible.

Figura N° 2: Reglas para una discusión crítica

Tanto la solidez de los razonamientos argumentativos, como el cumplimiento de estas reglas⁵ y su infracción - denominada por los autores como “falacias de la argumentación” (Van

⁵ Las reglas que se tuvieron en cuenta para el análisis del corpus fueron únicamente aquellas plausibles de ser observadas en un texto argumentativo escrito.

Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006: 119)- fueron evaluados durante el análisis del repertorio discursivo que integra el corpus a fin de caracterizar cómo la Iglesia Católica construye sus argumentaciones y defiende su posición ante puntos de vista antagónicos.

6.1 DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico seleccionado y desarrollado para realizar la presente investigación fue el transeccional exploratorio, puesto que en la misma se pretendía, como indica Hernández Sampieri en su definición de este tipo de estudios, “comenzar a conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación (...) en un momento específico” (2004:272). La intención de este trabajo fue adentrarse en el mundo discursivo de la Iglesia Católica y estudiar sus aspectos más relevantes para brindar un estudio detallado sobre los recursos discursivos que aparecen con mayor frecuencia en sus publicaciones sobre los medios de comunicación. Esto permitió lograr una caracterización de lo que constituyen según su opinión y aportar un mayor conocimiento sobre esta Institución religiosa.

6.2 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo presenta un enfoque cualitativo, principalmente, por dos razones. La primera de ellas se refiere a las premisas teóricas que sustentan el proceso de investigación en lo concerniente a su postura ante la “realidad” (Hernández Sampieri, 2004:9). Aquí la realidad es entendida como un fenómeno social que se construye a partir de las interacciones e interpretaciones de los actores sociales. Esto es, la realidad no es una entidad exterior, estable y plausible de existir independientemente de los actores, sino que se crea y recrea como una instancia subjetiva. Bajo esta perspectiva y conforme a los objetivos que fueron planteados, se hizo énfasis en la naturaleza socialmente construida de la realidad, que se produce por medio de los discursos y que a su vez son reflejo de ella, buscando respuestas a las preguntas sobre cómo la experiencia social es creada y dotada de significado.

La segunda razón por la cual se adoptó un enfoque cualitativo corresponde al propósito de la investigación. Según Hernández Sampieri, a diferencia de otras investigaciones en ciencias sociales que buscan explicar y predecir la realidad, las que adoptan un enfoque cualitativo se caracterizan por tener como objetivo “entender el contexto y/o el punto de vista de los actores sociales” (Hernández Sampieri, 2004:9). En esta investigación, la recolección y análisis de datos, como se mencionó más arriba, tuvo como finalidad lograr una mayor comprensión sobre lo que la Iglesia católica considera acerca de los medios de comunicación social y cómo lo manifiesta.

6.3 TÉCNICA

El conjunto de los documentos que integran el corpus de esta investigación fue estudiado bajo la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, entendida como disciplina y técnica que se pregunta por la construcción de los sentidos sociales.

A partir de la articulación de conceptos desarrollados por diversos autores acerca del estudio del discurso, se diseñó el modelo analítico bajo el cual fueron examinados los textos. Los enfoques teóricos-metodológicos elegidos, en su conjunto, permitieron llevar a cabo la descripción de las estrategias y los recursos discursivos utilizados por los hablantes, así como también la interpretación crítica de los mismos en relación con la identidad de los sujetos y las circunstancias bajo las cuales los discursos fueron producidos.

6.4 CORPUS

Para la realización de esta investigación se analizaron los documentos escritos publicados en el sitio Web del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales de la Santa Sede⁶ que se detallan a continuación:

- Carta Encíclica *Vigilanti cura* (1936)
- Carta Encíclica *Miranda Prorsus* (1957)
- Decreto Conciliar *Inter Mirifica* (1963)
- Instrucción pastoral *Communio et Progressio* (1971)
- Respuesta pastoral: *Pornografía y violencia en las Comunicaciones Sociales* (1989)
- Instrucción pastoral *Aetatis Novae* (1992)
- *La Iglesia e Internet* (2002)

Los textos seleccionados conforman, en términos de Foucault (Brandão, 2004), una misma formación discursiva y contienen las principales cuestiones abordadas por el Magisterio respecto a la problemática de las comunicaciones sociales durante el período de tiempo establecido como objeto de análisis. Además de las consideraciones temáticas y temporales que se desprenden del el objetivo general de la investigación, la determinación de este corpus respondió a los siguientes criterios de selección:

- *Importancia*: En primer lugar, se consideró que era necesario centrarse en los documentos de mayor jerarquía eclesiástica dado que representan la posición de la Iglesia Católica como institución universal. A principios del siglo pasado, las cuestiones sobre la relación Iglesia-medios eran directamente abordadas por los Sumos Pontífices. A partir de la creación del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, luego del Concilio Vaticano II (1962-1965), fue este órgano el encargado de promulgar instrucciones pastorales que reflejaran las problemáticas actuales sobre los medios e indicaran los principales lineamientos para la Pastoral de la comunicación a nivel mundial. Por consiguiente, los documentos elegidos derivan a dichas fuentes autorales.

- *Especificidad*: El segundo criterio de selección fue la especificidad temática de los documentos. Se resolvió analizar aquellos documentos que tienen por principal y único objeto el tratamiento de cuestiones vinculadas a las comunicaciones sociales.

- *Referencias bibliográficas*: El tercer criterio de selección se desprendió de la investigación bibliográfica realizada para la elaboración de este trabajo. Se buscó dar prioridad a aquellos documentos eclesiásticos que aparecían mencionados con mayor frecuencia e importancia en las publicaciones de los autores que estudian la cuestión del Magisterio de la Iglesia sobre los medios de comunicación social.

⁶ http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/index_sp.htm

7.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: LOS COMIENZOS

La fe cristiana y la Iglesia han estado conectadas a los medios de comunicación desde sus principios. Rolfes (2007:9) sostiene que esta conexión se funda, en primera instancia, en que el Cristianismo es un libro-religión dado que sus principios de fe están instituidos en una colección de textos, la Santa Biblia. Para la Iglesia Católica, en cambio, dicha conexión emana de su misma esencia: todo el Cristianismo es una religión fundada sobre la comunicación directa ente Dios y el mundo. En el Cristianismo, Dios se hace hombre para comunicarse mejor con los hombres; Cristo puede, por lo tanto, ser definido como un medio entre lo divino y lo humano. Si el Cristianismo es esencialmente un hecho de comunicación y su mismo padre, Jesús, es un medio, es entonces natural que sea una religión particularmente predispuesta a servirse de los medios, y no sólo de algunos, sino de todos aquellos que tiene a disposición en un determinado período histórico.

Para la Iglesia Católica la divulgación de ideas fue siempre considerada como un peligro para la sociedad y que, por ende, debía ser controlada. Ya en sus primeros tiempos, esta institución prestaba especial atención a la producción, distribución y lectura de libros, especialmente cuando había cuestiones éticas y religiosas en juego. Los concilios se reunían a fin de discutir sobre la aceptación y el orden de las escrituras declaradas canónicas y para prohibir aquéllas declaradas heréticas. En estos tiempos, la protección contra las “malas enseñanzas” dictada en los decretos eclesiásticos oficiales se realizaba a través de instrucciones y advertencias. (Rolfes, 2007: 10)

Cuando el Cristianismo se convirtió en una religión de Estado durante el régimen de Constantino, la tarea de la Iglesia respecto a las escrituras heréticas también ganó magnitud. En la medida que su poder aumentaba, su monopolio en el control de las escrituras se reforzaba y legitimaba. Hasta la invención de la imprenta, la Iglesia permaneció en esta posición dominante con casi ninguna oposición, ejerciendo una fuerte vigilancia sobre la producción de libros -que eran elaborados en la *scriptoria* de los monasterios- y su distribución.

La aparición de la imprenta, a mediados del siglo XV, provocó un cambio de situación que terminó con el monopolio de la Iglesia en el nivel de producción. La distribución y lectura de libros tampoco pudo ser más controlada, puesto que la unidad confesional de la población había sido quebrada por la Reforma. La liderazgo de la Iglesia se vio entonces obligada a adoptar otro tipo de estrategias. Leyes eclesiásticas, el *Index* y la persecución religiosa fueron los métodos principales con los que la Iglesia trató de regular la producción y circulación de las escrituras en las nuevas circunstancias contextuales. El antiguo monopolio debía ser mantenido al menos dentro de la esfera de su propia confesión.

Esta tendencia a regular los canales difusores del pensamiento se mantuvo por siglos, en el seno del catolicismo. Con el Iluminismo y las corrientes filosóficas de los siglos XVII y XVIII los pontífices acentuaron dicha posición, fundada en la necesaria defensa de la recta doctrina ante los ataques directos o indirectos contenidos en las numerosas publicaciones que veían la

luz, siendo la censura el mecanismo más común empleado para tal propósito (Simanca Castillo, 2005:81).

El primer desencuentro con la comunicación moderna se produjo con el papa Gregorio XVI (1831-1846) y se materializó en la encíclica *Mirari vos* (1832) y en la condena del primer diario católico aparecido en la historia: *L' Avenir*. Desde entonces, quedó perfilada la actitud de la jerarquía católica ante la prensa periódica. Condenando a *L' Avenir* se condenaban las libertades modernas que él propiciaba y, entre ellas, la "pública opinión" que representaba la conquista más seductora de la modernidad y que se expresaba precisamente a través de la prensa, en aquel entonces, el medio de comunicación por excelencia. De esta forma, la Iglesia se negaba a aceptar la profunda transformación provocada por la Revolución Francesa que convertía a la sociedad moderna en una sociedad de opinión. (Spoletini, 2004).

El magisterio de la Iglesia era la garantía de la ortodoxia de la fe y la moral, y el ministerio ordenado era el legítimo distribuidor de los sacramentos. Al afrontarse con la modernidad, la Iglesia acentuó aún más la visibilidad sacramental, la ortodoxia de las verdades de fe y de la moral, la obediencia a la jerarquía en oposición a la autonomía de la razón científica y a la libertad de los sujetos, tan afirmadas por la cultura moderna. Libânio (2005a:6)⁷

Spoletini (2004) denomina a esta etapa en la historia de la Iglesia como el "período de la sospecha y el rechazo". Hasta fines del siglo XIX la Iglesia católica reaccionó con desconfianza y recelo contra los medios impresos, preocupándose por ejercer control sobre la libertad de prensa e imponiendo medidas de carácter restrictivo.

Fue el pontificado de León XIII (1878-1903) el que marcó un quiebre con respecto a la prensa como factor social de opinión:

Se cae en la cuenta de que los "enemigos" de la Iglesia -masones, socialistas, anarquistas, libres pensadores, las sectas- utilizan con éxito los medios de difusión entre las masas, alejándolas de la fe. La pregunta, aunque con retraso, se impuso por sí sola: si nuestros adversarios los utilizan con éxito, ¿por qué no los utilizamos también nosotros en la actividad pastoral? El famoso slogan de León XIII: "Oponer prensa a prensa, organización a organización...", resume bien la conclusión a que se llegó. (Spoletini, 2004)

A comienzos del siglo XX, tras décadas de desencuentros, se terminó por imponer la perspectiva de León XIII: combatir al enemigo con sus mismas armas. La nueva estrategia comenzó pronto a dar sus frutos y, en consecuencia, a propagarse entre los diferentes sectores eclesiales. Este período, designado por Spoletini como "instrumental", se prolongó hasta el pontificado de Pío XII (1939-1958). Con estos antecedentes, la Iglesia se disponía entonces a afrontar los nuevos retos que planteaba el "séptimo arte".

La Iglesia y el cine

Sin embargo, la Iglesia tardó mucho tiempo en pronunciarse sobre el cine. En las primeras décadas del siglo XX el fenómeno cinematográfico fue despreciado como mera distracción popular poco calificada para la formación de la conciencia y el carácter. La falta de una doctrina oficial específica sobre el cinematógrafo, condujo a la Iglesia a aplicar los mismos principios en los que había basado sus relaciones con el otro gran medio de comunicación de masas conocido hasta entonces: la prensa.

Así, por un lado, [la Iglesia] aplaudirá las iniciativas de los católicos en materia cinematográfica con el mismo entusiasmo con el que animaba a los apóstoles de la "buena prensa". Mientras que, por otro, atacará al cinematógrafo por sus ofensas, supuestas o reales, contra la religión, la moral, las personas y las cosas sagradas. (Vidal Pelaz López, 2005:78)

⁷ Traducción propia.

El incremento de la difusión cinematográfica y el paso del cine mudo al sonoro en los años veinte hicieron que las autoridades eclesiásticas comenzaran a prestar mayor atención al fenómeno de la pantalla grande. Otro de los factores que influyeron fue el tipo de contenidos que empezaban a proyectarse: “Luego del crack financiero del '29, a medida que la depresión del '30 se profundizaba, fue subrayándose el realismo en el cine. Las escenas de sexo y violencia fueron más explícitas” (Von Sprecher, 1996: 144). Fue recién entonces cuando se comenzó a tomar conciencia sobre las posibilidades moralizantes -positivas o negativas- del nuevo medio. Los cambios producidos en las teorías de la comunicación tras la I Guerra Mundial -producto de la investigación empírica sobre los efectos de la propaganda militar y comercial, unida a la difusión del behaviorismo en la incipiente psicología social- también desempeñaron un papel importante en este creciente interés por el cine (Trenzado Romero, 2007:74).

Pío XI (1922-1939) fue el primer Papa que abordó de una manera global y sistemática las relaciones de los católicos con el cine. Su primer documento al respecto, la Encíclica *Divini illius Magistri* de 1929, es el primer pronunciamiento serio de la Iglesia sobre el tema. En dicha encíclica el Sumo Pontífice alertaba contra los efectos negativos del cinematógrafo y la radio en la religión y las buenas costumbres, a la vez que animaba a la creación de salas de cine y teatro católicos. La preocupación por salvaguardar la fe y la moral cristiana se reforzó en su encíclica *Casti connubii* (1930), donde denunciaba la imagen viciosa del matrimonio difundida a través del nuevo medio. Finalmente, en 1936, Pío XI publica la encíclica *Vigilanti cura* sobre la influencia del cinematógrafo en la moral católica, texto que por su extensión y precisión constituye la primera respuesta formal de la Iglesia al fenómeno cinematográfico. (Trenzado Romero, 2007). Esta encíclica representó un gran salto respecto a todo el Magisterio precedente, pues por primera vez un documento solemne era dedicado exclusivamente a un medio de comunicación social, el cine.

En Estados Unidos la intervención católica frente al cine fue anterior a esta disposición papal. En 1930, ante las protestas de movimientos religiosos que invitaban a sabotear la producción de cine americana considerada contraria a la moral, un sacerdote católico, el padre Daniel Lord, redactó un código cinematográfico con el fin de contrarrestar la influencia de las películas inmorales. El Código de Lord, que pronto se convirtió en la Biblia de la producción cinematográfica, censuraba los desnudos, el exceso de violencia, la trata de blancas, las drogas ilegales, el mestizaje, los besos lujuriosos, las posturas provocativas y la blasfemia; prohibía las proyecciones que glorificaban a los criminales, gangsters, adúlteros y prostitutas. Dicho documento también sostenía que las películas debían promocionar las instituciones del matrimonio y la familia, defender la integridad del Gobierno y tratar las instituciones religiosas con respeto. Will Hays, presidente de la asociación cinematográfica, la *Motion Picture Producers and Distributors of America* (MPDA), pensaba lo mismo; fue quien patrocinó el Código de Lord, adoptado por la industria en 1930. De esta manera se establecía para Hollywood, una de las industrias más importantes y expansivas en el mundo entero, la censura católica cinematográfica desde la etapa misma de la preproducción. (Black, 1999).

En 1934 la jerarquía eclesiástica, con el apoyo del laicado, creó la Legión Nacional Católica de la Decencia, una organización encargada de promover campañas moralizadoras que amenazaban con boicotear películas inmorales o salas de cine que osaran proyectarlas. Dicho organismo también se avocó al estudio y clasificación de las películas producidas por Hollywood, haciendo circular sus dictámenes por todas las iglesias católicas de Estados Unidos y prohibiendo a sus fieles a asistir a cualquier proyección condenada por la Iglesia. (Simanca Castillo, 2005:81).

Recién con la “Liga de la Decencia” se impuso un modo de censura previa sobre toda filmación. En un año fueron “expulsadas” de la pantalla las mujeres de vida ligera, dibujitos animados como el de Betty Boop, como también los héroes pandilleros. Se abordaron más soslayadamente los temas atinentes al sexo y sólo aparecía la violencia al servicio de causas justas. Todo esto afectó profundamente el realismo que caracterizaba a buena parte de la producción (Von Sprecher, 1996: 144-145).

Al constatar los buenos resultados obtenidos, la encíclica *Vigilanti cura* hizo extensiva a toda la Iglesia la estrategia de los obispos americanos, desplegando una red articulada y centralizada en Roma a fin de regular las imágenes y contenidos del cine e impulsando la puesta en marcha de una importante campaña de moralización a nivel mundial. Defendiendo como lema la vigilancia del cine, predominó el rechazo a las “malas ideas” proyectadas en la pantalla y el apoyo y fortalecimiento a las “buenas”.

7.1.1 ANÁLISIS CARTA ENCÍCLICA VIGILANTI CURA

La Carta Encíclica *Vigilanti Cura* fechada el 29 de junio de 1936 y escrita por el Sumo Pontífice Pío XI está dirigida a los arzobispos, obispos y miembros del prelado de los Estados Unidos de América en paz y comunión con la Iglesia Apostólica. Su nombre -“Con preocupación vigilante”- anticipa claramente la posición de la Iglesia Católica frente al fenómeno cinematográfico: la vigilia ante un hecho que merece ser atendido.

Cuando se hace referencia a una carta encíclica, el Sumo Pontífice personifica el poder pleno de enunciar e incluso actuar en nombre de la Institución. Él es la propia Iglesia que habla. Existe, por decirlo de alguna manera, un poder fuera de la palabra que rige a los argumentos y les otorga una mayor fuerza perlocutoria. Asimismo, en su texto, el Papa utiliza el plural mayestático para indicar que quien está hablando es la máxima jerarquía de la Iglesia Católica, Pío XI. Esta forma tradicional de inscripción del yo en el discurso tiene varias implicaciones. En primer lugar, revela la extrema centralidad de la figura papal que caracterizó a la Iglesia de la Contrarreforma hasta los albores del Concilio Vaticano II. En segundo lugar, lleva al lector a atribuir lo dicho a la imagen de la entidad a la cual representa el autor. Esto es, se identifica el pronunciamiento de Pío XI con la Iglesia Católica como si la propia Institución hablase por cuenta propia. Por último, confiere mayor legitimidad a los contenidos del enunciado dado que la autoridad y el prestigio que el Sumo Pontífice representa suelen asociarse con la verdad.

La elección del clero estadounidense como destinatario de la encíclica está motivada por dos razones fundamentales. La primera, debido al importante auge y desarrollo que tuvo la industria cinematográfica en el país. La Primera Guerra Mundial había paralizado la producción cinematográfica europea, lo que permitió que la industria norteamericana pudiera desarrollarse al punto de que el modelo de Hollywood se convirtiera en el referente central de la mayor parte del planeta. Asimismo, su cine era el hegemónico mundialmente tanto en producción, como en distribución y exhibición. La segunda razón, se debe a que, como se mencionó anteriormente, los obispos americanos fueron los primeros en tomar medidas a favor de la moral en la pantalla grande. La forma en la que el receptor se hace explícito en el texto, a través del apelativo “venerables hermanos” deja entrever la relación de proximidad y empatía que el autor pretende establecer en su discurso.

A continuación se examinarán por separado cada una de las secciones que integran el texto, respetando la segmentación que el autor establece en su discurso:

1. Elogio a la “Legión de la Decencia”
2. El cine y la moral Cristiana
3. Influencia del cine y fiscalización
4. Medios de vigilancia y censura

Cabe aclarar, que esta forma de organización del análisis se repetirá para cada uno de los escritos que integran el corpus del presente trabajo.

ELOGIO A LA “LEGIÓN DE LA DECENCIA”

La relación de empatía con el clero americano ya señalada se vuelve más evidente con la elección que el autor hace de destinar los dos primeros párrafos de la Encíclica al elogio de la Legión de la Decencia y su obra:

Acompañamos con vigilante solicitud, como exige Nuestro ministerio apostólico, cada obra de los venerados obispos y de todo el pueblo cristiano; por esto, Nos fue sumamente consoladora la noticia de los frutos ya recogidos y el progreso que continúa haciendo aquella providencial iniciativa que fundasteis ya hace más de dos años y cuya realización confiasteis de modo especial a la “Legión de la Decencia” con el objetivo de, cual santa cruzada, reprimir los abusos de las representaciones cinematográficas. (nº 1)⁸

(...) Nos congratulamos con vosotros por tener esta Legión, guiada e instruida por vosotros y apoyada por la valiosa cooperación de los fieles, habiendo prestado, en este sector del apostolado, tan relevantes servicios; alegría tanto más intensa cuando angustiados registrábamos que el arte e industria del cine caminaba, por así decirlo, “a grandes pasos fuera del camino”, al punto de mostrar a todos, en imágenes luminosas, los vicios, crímenes y delitos. (nº 2)

En estos fragmentos ya se hace visible, por un lado, la aprobación del accionar de la Legión de la Decencia; y por otro, la desaprobación de la Iglesia Católica hacia las proyecciones cinematográficas que sucedían en aquel entonces. El autor no ahorra en subjetivismos y recursos retóricos para expresar de manera más que evidente el rechazo al funcionamiento de la industria del cine, previo a la intervención eclesial. En estas pocas líneas se puede llegar a establecer lo que el cine representa para Pío XI y la Iglesia Católica: un medio colmado de abusos que genera una angustiante preocupación para el catolicismo debido a los contenidos que emite y la forma en que éstos son proyectados; y que, en consecuencia, constituye una amenaza a la vida moral y religiosa del pueblo cristiano.

La descalificación del nuevo arte permite a la vez, de manera implícita, engrandecer el accionar de la Legión de la Decencia resaltando aún más las propiedades positivas que aparecen expresadas en la superficie discursiva. De esta manera, ya en la parte inicial de su discurso, el autor comienza a establecer el contraste entre *in-group* y *out-group* señalado por van Dijk (1996). A pesar del enemigo no estar claramente delimitado, se podría inferir que está integrado por una industria cinematográfica que promovería la proyección de películas cuyos contenidos son contrarios al dogma cristiano.

Cabe detenerse también en la analogía del obrar de la “Legión de la Decencia” con el de las cruzadas medievales. Si bien el nombre de la agrupación americana ya alude a esta asociación, el autor la recalca de forma explícita en su discurso conciente del efecto que genera. Para la Iglesia Católica las cruzadas sucedieron con el objeto de recuperar la Tierra Santa para los peregrinos, de los cuales los musulmanes abusaban sin piedad. Por ende, asimilarlas a la actuación de la Legión de la Decencia implica, por un lado, un importante traspase de cualidades positivas a la agrupación americana; y por otro, la acentuación de la gravedad de la situación que intenta revertir.

EL CINE Y LA MORAL CRISTIANA

El autor comienza este capítulo justificando su intervención en el tema y su exhortación a las autoridades eclesiásticas, catalogando el tema de la encíclica como “un problema de suma

⁸ Ésta, como todas las demás citas que aparecen en el texto correspondientes a la Encíclica *Vigilanti cura* son de traducción propia.

importancia”. Explica que cada vez que se ofrece una ocasión propicia la Iglesia debe intervenir y pronunciarse ante los miembros del Clero.

Pío XI continúa su discurso enumerando en orden cronológico una serie de acontecimientos previos a la elaboración de la encíclica; una suerte de historial que sirve para contextualizar la preocupación de la Iglesia y la vez justificar la redacción de la encíclica.

El primer hito elegido es la Encíclica *Divini illius magistri*, encíclica publicada en 1930 por él mismo y referida a la educación cristiana de los jóvenes. Pío XI cita un fragmento de sus párrafos finales en el que destaca la desaprobación de la Iglesia frente a “la mala utilización” de los medios de comunicación en general.

Ya en la Encíclica “Divini illius magistri”, lamentamos “que tales poderosos medios de divulgación, que pueden ser, cuando inspirados por principios sanos, de gran utilidad para la instrucción y educación, son muchas veces desgraciadamente subordinados al fomento de los malos instintos, a la avidez del lucro”. (nº 4)

El uso del adverbio modalizador “desgraciadamente” y subjetivemas como “malas pasiones” y “avidez del lucro” demuestran la condena de la Iglesia al modo en que “muchas veces” se emplean los medios. Si bien, se menciona la potencialidad de los medios para fines positivos, ésta se presenta justamente como una posibilidad (“pueden servir”). De esta forma, la inclusión de esta cita en el texto lleva a presuponer que la estrategia discursiva del autor se orienta, en mayor medida, a enfatizar la incorrecta y despreciable utilización de los medios por encima de su dualidad de fines. La manera en que Pío XI introduce la cita con el verbo “lamentamos” es otro indicio de ello.

Además del sentido transmitido por la cita, la alusión a una encíclica que trata el problema de los medios de comunicación también sirve a Pío XI para dar mayor fuerza al desarrollo argumentativo del porqué la Iglesia debe preocuparse con el fenómeno del cine.

El segundo hito corresponde a la audiencia celebrada el 10 de agosto de 1934 en la cual Pío XI recibió a miembros de la *International Federation of the Motion Picture Press* para tratar el tema de la moral en la industria cinematográfica. Utilizando la primera persona del plural, el autor enumera brevemente algunos puntos tratados en dicha audiencia: la importancia del cine como espectáculo, su influencia en la sociedad y la necesidad de regularlo:

(...) recordábamos que a todo costo se debía aplicar al cine, para que él no ofendiese ni desacreditase la moral cristiana, o simplemente la moral humana y natural, la regla suprema que debe regir y reglamentar el gran don del arte. (nº 4)

Vale la pena detenerse para analizar en esta cita la interpretación de Pío XI respecto a la moral cristiana. Según la sinonimia empleada, ésta sería equivalente a la moral de los hombres y de la naturaleza, una moral universal o, simplemente, “la” moral. Este razonamiento resulta un tanto “chocante” cuando quien realiza el presente trabajo de investigación simpatiza con la filosofía posmoderna y el nihilismo nietzscheniano. Sin embargo, no es necesario llegar a la posmodernidad para encontrar desatinada tal concepción sobre la moral. En los años treinta las ideas llamadas “modernas” circulaban libremente por todos los estratos sociales, propugnando una moral muy diferente a la moral católica, pero que también reclamaba para sí el título de “moral universal”.

La Iglesia católica era consciente de ello, por lo que se podría concluir que, la interpretación de Pío XI, es un claro ejemplo del asilamiento que caracterizaba a la Iglesia en esa época y su radical divorcio con la modernidad, al punto de negar su existencia.

La Iglesia se expresaba en la fórmula: “sociedad perfecta”, poseedora de la verdad total recibida en depósito que debía guardar y entregar a todos, siempre y en todas partes por igual. Esto, mientras le daba una sensación de seguridad, la relegaba a un “espléndido aislamiento”, alejándola de las clases cultas y de los movimientos sociales del tiempo con los cuales las masas se sentían cada vez más identificadas. La repulsión y el rechazo de todo lo que sabía a diverso y a nuevo, alcanzan los extremos del paroxismo (Spoletini, 2004).

Esta forma de negación hacia otras concepciones de morales es un claro ejemplo de lo que plantea Verón (1980) sobre el discurso religioso. El autor sostiene que éste es un tipo de discurso “absoluto”, en cuanto presupone la imposibilidad de otros discursos. En consecuencia, la estrategia empleada a fin de consolidar su propia universalidad es ignorar la existencia de los discursos adversarios y, al mismo tiempo, presentar sus propios intereses dominantes como los de la sociedad global, deslegitimando de forma implícita las opiniones que circulan fuera de su esfera institucional.

En el párrafo siguiente Pío XI explica cuál es “la regla suprema que debe regir y reglamentar el gran don del arte”:

Todo arte noble tiene como fin y razón de ser, tornarse para el hombre un medio de perfección por su observancia y virtud; es por eso que debe atenerse a los principios y preceptos de la moral. Y concluíamos con la aprobación manifiesta de los representantes -aún nos es consolador recordarlo- que es necesario moldear el cine conforme a las normas rectas, de modo que pueda llevar a los espectadores a la integridad de la vida y una verdadera educación. (nº 4)

El razonamiento subyacente a esta argumentación podría ser sintetizado en el siguiente silogismo:

El arte/cine es un instrumento de perfección; y la perfección es atenerse a los principios morales cristianos; entonces, el arte debe atenerse a los principios morales cristianos.

¿Podría concluirse entonces que, sosteniendo lo contrario y según el razonamiento de la Iglesia, todo medio de comunicación que no cumpla con las normas morales que ésta plantea, no sería un instrumento de perfección, sino de degeneración de la raza humana?

Las palabras elegidas por Pío XI que parecen contestar afirmativamente a esta pregunta aparecen en el párrafo siguiente, cuando exhorta la participación de todas las personas prudentes para evitar que los medios se conviertan en “instrumentos de destrucción y ruina para las almas”. Este llamado es justificado por el autor “no sólo en nombre de la religión, sino también del verdadero bienestar moral y civil de los pueblos”. Se reitera aquí, la estrategia de legitimación señalada anteriormente que consiste en presentar los intereses del grupo de pertenencia como los de la sociedad global. Como explica van Dijk: “Los grupos dominantes no se referirán abiertamente a sus intereses sino que, por el contrario, utilizarán argumentos que afirmen que sus acciones o políticas son para el bien común” (1999b:323). Dicho llamado sucedió en el marco de la audiencia celebrada en abril de 1936 con un grupo de delegados del Congreso Internacional de la Prensa del Cine y cuyo tema principal era la elevación de los estándares morales en el cine. Esta asamblea es el tercer hito que el autor establece como antecedente de la preocupación eclesial sobre el cine.

Hasta aquí, se puede apreciar que en los diferentes niveles del discurso Pío XI construye la problemática del cine a partir de una drástica oposición que rudimentariamente se podría caracterizar como el “cine malo” y el “cine bueno”. Esta lógica binaria que el autor utiliza para crear su representación de la realidad podría interpretarse a la luz de lo que plantea van Dijk (1999b) en su teoría de los *in-groups* y *out-groups*. El *out-group*, por lo tanto, sería el mundo del “cine malo”. Un mundo exterior a la Iglesia y opuesto a su Magisterio y Pastoral, pero que representaría el estado de situación vigente, como lo indica su construcción discursiva en el presente del indicativo. Un mundo oscuro, asociado a las pasiones inferiores y el pecado y que, de prevalecer, causaría grandes pérdidas para la humanidad. Para Pío XI este sería el curso de acción natural de las cosas: “Ahora, podemos verificar que los progresos del cine, cuanto más maravillosos de tornan, más perjudiciales son para la moralidad y para la religión, e incluso, para la honestidad del Estado civil”. (nº 6)

En contraposición, Pío XI plantea el “cine bueno”, donde estaría posicionada la Iglesia como *in-group*, capaz de revertir el estado de situación vigente. Según el autor, esta esfera de realidad traería grandes beneficios a la perfección espiritual del hombre y de la sociedad. El condicional está utilizado aquí a propósito, dado que la existencia de este mundo dependería

del sometimiento del cine, y los medios en general, a las normas morales, normas que para la Iglesia son universales y equivalentes a la doctrina cristiana.

En el próximo párrafo de la encíclica, Pío XI recurre a otro argumento para justificar la superioridad de los preceptos de la Iglesia y la necesidad de que estos rijan el fenómeno del séptimo arte: el argumento de la salvación, base del catecismo cristiano y de su razón de ser:

En efecto, es muy necesario y urgente cuidar para que los progresos de la ciencia y del arte, como así también de las artes de la industria técnica, verdaderos dones de Dios, sean dirigidos a la gloria de Dios, a la salvación de las almas, a la extensión del reino de Jesucristo sobre la tierra, que a todos, como Iglesia nos hace rezar: “aprovechemos los bienes temporales de tal forma que no perdamos los bienes eternos”. (nº 6)

Según el catolicismo Jesucristo constituyó la Iglesia como realidad salvífica, como instrumento universal de salvación, mediante el cual él mismo actúa. Por ende, no se pueden admitir, además de Cristo -y, en consecuencia, de la Iglesia Católica- otras fuentes o caminos autónomos de salvación. Según la tipología establecida por Perelmann (Marafiotti, 2008:196). La salvación, en su función de punto de partida de la argumentación, es una verdad; esto es, una concepción filosófica o religiosa compartida por la audiencia que trasciende la experiencia y que no puede ser refutada, a no ser que se sostenga lo contrario. Es o no es, se cree o no. Este argumento entonces permite supeditar todos los fenómenos mundanos - o “bienes temporales”- a las enseñanzas y vida cristiana y, de esta manera, lograr la adhesión incondicional del lector a una determinada tesis a fin de adquirir el bien simbólico de salvación- o el “bien eterno”. En este caso en particular, Pío XI utiliza el poderoso argumento de la salvación para justificar la aceptabilidad de subordinar al Magisterio de la Iglesia un campo de la realidad externo a ella: el arte y, en particular, el cine.

La caracterización que hace Libânio (2005a) del modelo teleológico imperante en la Iglesia en esa época permite esclarecer el empleo del argumento de la salvación:

Dentro de la Iglesia Católica dominaba la teología dogmatista. Subyacía a esta teología una oposición dualista de la realidad humana. Dos mundos se oponían radicalmente: naturaleza y gracia o, si quisiéramos ser más exactos, lo natural y lo sobrenatural. (...)

El mundo sobrenatural es el mundo de la salvación; el mundo natural, si no es de la condenación, al menos, es ajeno a la salvación. Predominaba una comprensión extrínseca de la gracia, como realidad externa a la naturaleza y que le venía a modificar sus posibilidades y actividades. Todo lo que era humano sin una explícita intención sobrenatural era desvalorizado en vistas de la vida eterna.

Esta teología condicionaba la autocomprensión y accionar de la Iglesia. Ella era parte del mundo de la salvación y “fuera de ella no hay salvación”.

Este era el contexto eclesial principal que prevalecía en la Iglesia. Una Iglesia marcada por la visibilidad de sus características esenciales, por una teología dogmatista y dualista, celando por la ortodoxia, por una práctica litúrgica ritualista y por una disciplina eclesial estricta. (Libânio 2005a:7)⁹

Pío XI prosigue su discurso con un breve relato de lo acaecido con el Código de Lord:

Los propios directores de la industria, en los Estados Unidos, la reconocieron [preocupación sobre la moral en el cine] cuando al respecto confesaron su responsabilidad sobre los individuos y la sociedad. En marzo de 1930, por un acto libre, de común acuerdo, ratificado por sus firmas y promulgado por la prensa, asumieron el compromiso solemne de proteger en el futuro la moralidad de los frequentadores del cine. En virtud de esa promesa, se comprometieron a nunca exhibir una película que rebajase el sentido moral de los espectadores, que hiriese la ley natural y humana, o que mostrase simpatía por la violación de la misma. (nº 7)

El recorte de los hechos que aparecen en esta cita y el modo en que están enunciados revela dos intenciones implícitas del autor. Por un lado, resaltar el interés que el aspecto moral del cine ha suscitado en ámbitos ajenos a la esfera católica. El adjetivo “propios” que modifica a

⁹ Traducción propia.

los directores de la Industria y la ubicación de estos agentes en la estructura del enunciado como responsables de la acción enfatizan el hecho de que hasta los mismos creadores de la industria manifestaron su preocupación por el asunto y actuaron en consecuencia. Esto es, Pío XI pretende demostrar aquí que la moral en el cine no es un *issue* inventado por la Iglesia Católica, sino que esta preocupación también está presente en los propios fundadores de la industria.

Por otro lado, el profundo nivel de descripción de las responsabilidades y las características del compromiso asumido por los directores respecto a la observancia de dicho código llevan a inferir una segunda intención del autor. Más adelante, cuando cataloga esta iniciativa como un “esfuerzo frustrado”, un “compromiso casi nulo” dado que “los responsables y los fabricantes de los filmes no pudieron o, formalmente, no quisieron someterse a los principios a cuya observancia se habían obligado”, el efecto logrado, en el plano semántico, es una discrepancia aún mayor entre lo prometido y lo no cumplido. En otras palabras, profundizar la libre suscripción, el común acuerdo, la rectificación y la publicación de un documento en el que los directores del cine se responsabilizaban con el resguardo de la moral en la industria; y luego describirlo como un fracaso permite a Pío XI acentuar la gravedad de la situación y llevar al lector a presuponer la imposibilidad de una regulación por parte de otros agentes que no sea la Iglesia Católica. Ni los “propios” directores de la industria cinematográfica pudieron resguardar al cine contra las ruinas... ¿Y ahora quién podrá salvarnos?.

La interpretación que el autor hace sobre lo sucedido con el Código de Lord funciona entonces como otra buena razón para definir la situación imperante en aquel entonces como “gravísima”, y en consecuencia, justificar y enaltecer la creación y el accionar de la Legión de la Decencia como “una cruzada santa, fundada para reanimar por fin los ideales de honestidad y moral cristiana”. Cabe recordar que esta glorificación de la Legión de la Decencia ya había sido expresada en los párrafos iniciales de la encíclica. Sin embargo, en este punto es utilizada por el autor como desenlace para su racconto de los hechos, como la solución al estado de situación planteado. De esta manera, la repetición permite afirmar con mayor peso su tesis de: la intervención eclesial como única alternativa al hundimiento de la moral.

La narración de Pío XI realiza sobre lo ocurrido en los años anteriores a la publicación de la encíclica es una clara expresión de lo que van Dijk (1999b) denomina “modelo de acontecimiento”. El recorte del contexto y la coherencia establecida entre los hechos seleccionados para construir este relato permiten entrever la mirada de la Iglesia respecto del fenómeno de la pantalla grande. Se podría inferir entonces que, en este discurso, la Iglesia se autopresenta como la única y gran salvadora de la moral y la honestidad, la única institución dotada de la fuerza y voluntad necesaria para preservar la ley natural y humana. Si bien en el texto el autor menciona el accionar de otros grupos en el asunto: laicos, protestantes e israelitas de manera positiva, esta actuación se presenta como un “apoyo”, siempre subordinada a la iniciativa y directrices de las autoridades eclesiásticas:

-“millones de católicos *suscribieron* a los compromisos de la Legión de la Decencia” (nº 10)

- “vimos a vuestro pueblo *colaborar* en tan buena armonía con los obispos en la ejecución de este programa” (nº 10)

- “distintos protestantes e ilustres israelitas y muchos otros *aceptaron* vuestra iniciativa; se *unieron* a vuestros esfuerzos” (nº 11)

De esta manera, la Legión de la Decencia, y por ende la Iglesia Católica, quedaría construida discursivamente como la verdadera y única guía capaz de conducir a estos grupos y a la humanidad en su totalidad por el buen sendero. Sin la dirección de la Iglesia, los intereses conducirían el arte a las ruinas y sumergirían el mundo en el pecado.

La subjetividad del modelo de acontecimiento de Pío XI se hace más evidente al analizar la bibliografía sobre los años 30 en Hollywood y la censura de la Iglesia. En el fragmento que aparece a continuación, Black (1999:11) presenta una evaluación diferente de los hechos:

No obstante, la Iglesia católica y otras organizaciones religiosas no quedaron satisfechas con la manera en que la industria aplicaba el Código. En 1934, los católicos lanzaron una campaña de la Legión de la Decencia; millones de personas firmaron una declaración en la que se comprometían a boicotear las películas consideradas inmorales por las autoridades eclesiásticas.

Sin dudas, esta época se caracterizó por un intenso debate entre diversos actores que podrían ser agrupados en dos grandes segmentos, paradójicamente, ambos se adjudicaban el título de “los verdaderos defensores del cine”. Por un lado, estaban quienes abogaban por la libertad de expresión y repelían cualquier tipo de censura; por otro, aquellos que justificaban una fiscalización para poner un coto a los contenidos contrarios a la moral y a las buenas costumbres. Consciente de esta discrepancia de opiniones, en los párrafos siguientes, Pío XI realiza una selección de algunas de las objeciones a la censura en el cine en los años 30 a fin de defender, por otros medios, la postura de la Iglesia. Son tres las críticas a las que se hace mención:

- pérdida del valor artístico del cine
- reducción del lucro de la industria
- predicciones de baja perdurabilidad de la vigilancia católica y sus efectos

Cabe destacar que, hasta aquí, los argumentos para defender el accionar de la Iglesia en el mundo del cine se venían apoyando en verdades y valores del dogma cristiano. Sin embargo, cuando se trata de objetar las tesis de grupos ajenos a la esfera del catolicismo, Pío XI resuelve emplear una estrategia argumentativa diferente para lograr la adhesión a sus ideas. El tipo de argumentación escogido por el autor es la “argumentación pragmática”, que consiste en apreciar un hecho u opinión en función de sus consecuencias favorables o desfavorables (Marafiotti, 2008). De esta manera, la aceptabilidad de la intervención eclesial es defendida por Pío XI refutando la veracidad de las críticas y sosteniendo justamente lo contrario al mencionar las consecuencias favorables, como “los hechos lo confirman”.

Argumento	Contraargumento
El valor artístico del cine sufre con las exigencias de la Legión de la Decencia	“(…) parece haber sucedido exactamente lo contrario. Pues esta Legión dio fuerte impulso a los esfuerzos hechos para elevar cada vez más el cine a la grande nobleza del nivel artístico, incitándolo a la producción de obras clásicas y a creaciones originales de valor poco común”. (nº 12)
La acción de la Legión de la Decencia genera prejuicios para quienes invirtieron en la industria del cine	“Los que colocaron su dinero en la industria cinematográfica no tuvieron perjuicio con ello (...) pues no pocos, que aborrecían el cine por ofender la moral, recomenzaron a frecuentar estos espectáculos (...)”(nº 13)
Los esfuerzos de la Legión de la Decencia serán de corta duración y sus efectos, transitorios	Esta crítica es, en verdad, un deseo de los industriales que ven su trabajo dificultado por las exigencias establecidas por la Legión: “Es fácil comprender por qué algunos deseaban volver a las producciones equívocas que excitan las pasiones inferiores y que vosotros prohibiste. Mientras la producción de figuras realmente artísticas, de escenas humanas y al mismo tiempo virtuosas exige un esfuerzo intelectual, trabajo, habilidad y también un gran gasto, es relativamente fácil provocar cierta categoría de personas y de clases sociales con representaciones que excitan las pasiones y despiertan los instintos inferiores, latentes en el corazón humano”. (nº 14)

Cuadro N° 1: Argumentación *Vigilanti cura* - Contraargumentación a las críticas de la Legión de la Decencia.

Un análisis detenido del tercer contraargumento utilizado revela que éste no hace alusión al punto de vista adversario sino que se lo evade con otra crítica implícita a sus responsables: “los industriales del cine desean ‘volver’ a las producciones anteriores y malas dado que exigen menor esfuerzo intelectual, trabajo, habilidad y gastos”. Esta contraargumentación estaría entonces violando la regla argumentativa del punto de vista, mediante la falacia de la “argumentación irrelevante” en tanto la defensa establecida no tiene relación con el punto de vista en discusión (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:180).

Asimismo, la deslegitimación de los industriales podría interpretarse como una falacia *argumentatum ad hominem* dado que constituye un ataque personal indirecto que instaura una sospecha hacia los motivos de la contraparte. Esto es, se sugiere que el adversario tiene un interés personal en el asunto y que por ende, sus predicciones acerca de la perdurabilidad del acciona católico son sesgadas. “Presentar a la otra parte a los oyentes como estúpida, poco o nada confiable, sesgada o con otras formas indignas de credibilidad es la forma de asegurar que sus argumentos caerán en oídos sordos. De esta manera se le impide el derecho a participar de la discusión convenciendo a la audiencia de que no tiene sentido escucharla” (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:121).

INFLUENCIA DEL CINE Y FISCALIZACIÓN

En esta sección, el autor comienza reconociendo la necesidad de ocio en una sociedad inmersa en el “progreso moderno” y señala que todo entretenimiento debe atenerse a las normas morales dado que, de no ser así, los pueblos corren el peligro de “perder su grandeza y poder”. Esta suerte de advertencia para las formas de recreación es llevada de manera deductiva al cine, en una relación de género-especie. Pío XI prosigue su discurso reconociendo la importancia del cine como entretenimiento como un hecho “innegable” por varias razones:

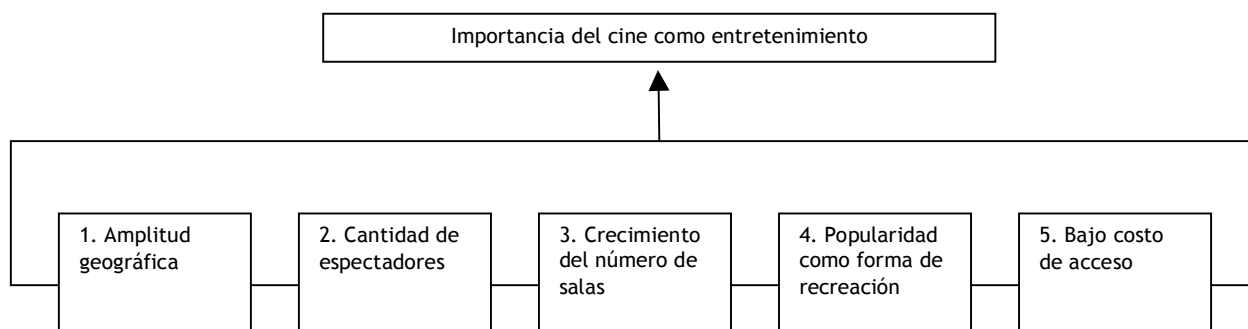


Figura N° 3: Estructura argumentativa *Vigilanti cura* - Importancia del cine como entretenimiento

Justificada la importancia del cine como diversión, Pío XI pasa a hablar de la influencia del cine, pero ya no en el plano de la recreación sino en el de la formación moral: “No hay hoy un medio más poderoso para ejercer influencia sobre las masas”. (n° 18)

Los argumentos que apoyan a esta tesis responden por un lado a la naturaleza del cine y por otro, a sus condiciones de consumo por parte de los espectadores. La estructura argumentativa acerca de la influencia del cine podría ser sintetizada de la siguiente forma:

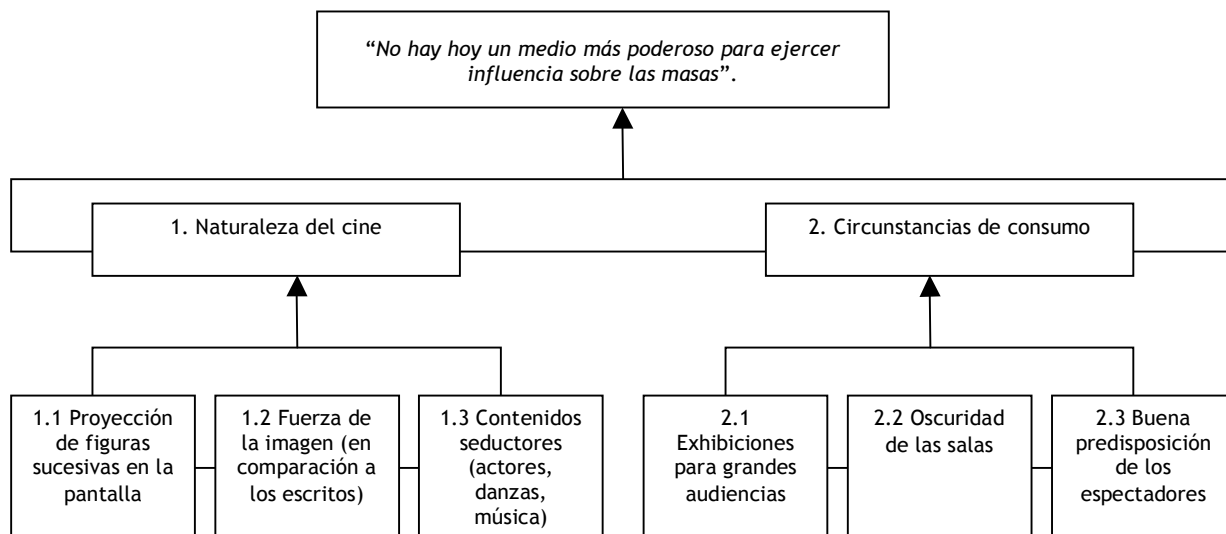


Figura N° 4: Estructura argumentativa *Vigilanti cura* - Influencia del cine

La explicación de Pío XI acerca del poder de influencia del cine provee ricos indicios contextuales acerca de las teorías sociológicas y de comunicación que circulaban en los años treinta.

El poder del cine proviene de que él habla por medio de la imagen, que la inteligencia recibe con alegría y sin esfuerzo, incluso tratándose de un alma ruda y primitiva, desprovista de capacidad o al menos de del deseo de hacer esfuerzo para la abstracción y la deducción que acompaña el raciocinio. Para la lectura y la audición, siempre se requiere atención y un esfuerzo mental que, en el espectáculo cinematográfico, es substituido por el placer continuado, resultante de la sucesión de figuras concretas. En el cine hablado, este poder actúa aún con mayor fuerza, porque la interpretación de los hechos se torna muy fácil y la música adjunta un nuevo encanto a la acción dramática. Si entre actos se incorporan bailes y variedades, las pasiones reciben excitaciones de las más peligrosas, que crecen vertiginosamente. (n° 19)

Por ejemplo, en el fragmento citado, se puede advertir que el razonamiento subyacente es característico de lo que planteaban las teorías de comunicación conductistas reinantes en los años posteriores a la I Guerra Mundial, cuando se hicieron frecuentes los estudios sobre los efectos del cine. La explicación del autor acerca de la debilidad de la conciencia de los espectadores cuando expuestos a las proyecciones cinematográficas y su notoria preocupación en los efectos del cine para la formación moral de las personas se ajusta a la postura sostenida por la llamada teoría hipodérmica “cada miembro del público de masas es personal y directamente ‘atacada’ por el mensaje”. (Wright, 1975:79 apud Wolf, 1996:22)

En el trasfondo de dicha concepción de comunicación se hacen presentes varios elementos de la teoría de la sociedad de masas -principal presupuesto de la problemática de los efectos- que se hacen explícitos en el texto cuando Pío XI “esclarece” la fuerza de las proyecciones:

Estas nuestras observaciones son tanto más graves por hablar de una representación cinematográfica no para personas separadas, y sí a grandes reuniones, y esto en condiciones de lugar y tiempo que pueden llevar a un entusiasmo depravado, como también a un ardor óptimo; entusiasmo que puede llegar a una loca y general concitación, que por la experiencia tan bien conocemos. (n° 23)

La descripción del autor sobre lo que sucedía en las concurridas salas de cine se asemeja a la definición de Le Bon de la masa (1901), caracterizada por la pérdida de control racional, mayor sugestionabilidad y el contagio emocional.

Tomar en cuenta las teorías sociológicas y comunicacionales de la época permite entender la extrema preocupación de Pío XI con los efectos de la pantalla grande y el porqué de su

utilización como argumento principal para advertir sobre la peligrosidad del cine. La pérdida de la conciencia individual y la “exaltación de las pasiones inferiores” de la masa, sumadas los efectos ilimitados sobre las mentes de los espectadores serán un buen motivo para respaldar la aplicación de los estándares cristianos al cine.

La cinematografía realmente es, para la mayoría de los hombres, una lección de las cosas que instruye más eficazmente en el bien y en el mal que el raciocinio abstracto. Es, por lo tanto, necesario que el cine, irguiéndose al nivel de la conciencia cristiana, sirva a la difusión de sus ideales y deje de ser un medio de depravación y de desmoralización. (nº 20)

En los párrafos siguientes de la encíclica, se contrastan las consecuencias de las películas malas -películas cuyos contenidos serían contrarios a las enseñanzas de la Iglesia- y las buenas - cuyos contenidos respetarían la doctrina cristiana:

Daños de las malas películas

1. Producen un enorme mal al alma
2. Glorifican el vicio y las pasiones
3. Son ocasiones de pecado
4. Desvían a los jóvenes del camino de la virtud
5. Revelan la vida bajo un falso prisma
6. Confunden y debilitan el ideal de la perfección
7. Destruyen el amor puro, el respeto al casamiento, las relaciones de convivencia
8. Crean preconceptos entre los individuos, malentendidos entre clases sociales, razas y naciones

Frutos de las buenas películas

1. Ejercen una influencia profundamente moralizadora
2. Recrean
3. Suscitan una profunda influencia para los nobles ideales de la vida
4. Dan nociones preciosas
5. Suministran amplios conocimientos sobre la historia y bellezas del país
6. Presentan la verdad y la virtud de manera atractiva
7. Favorecen al conocimiento y al amor entre clases sociales, razas y familias
8. Abrazan la justicia
9. Conducen a la virtud
10. Coadyuvan en la constitución de una nueva y más justa sociedad humana

La mención de los daños de las malas películas y los beneficios de las buenas permite a Pío XI persuadir de forma implícita al lector a emprender su curso de acción preferido, a saber: producir, proyectar, asistir o apoyar, según sea el rol de su interlocutor, las películas consentidas por la Iglesia. Esto funciona como una argumentación pragmática dado que los argumentos son, en realidad, los supuestos efectos (daños/frutos) de los puntos de vista defendidos. De manera simplista, el razonamiento subyacente podría reconstruirse con la siguiente proposición:

Si produces/asistes/apoyas malos filmes, estos daños sucederán; mientras que, si produces/asistes/apoyas buenos filmes, estos frutos obtendrás.

Pío XI concluye su calificación del cine diciendo que “infelizmente, en el estado actual de las cosas, es generalmente para el mal que el cine ejerce su influencia”, especialmente en “las almas de jóvenes y niños”. Para reforzar su punto de vista y otorgarle mayor credibilidad, incluye una cita de Jesucristo en la que condena a aquellos que ejercen influencia negativa en la mente de los niños. Esta alusión a las palabras del máximo exponente del catolicismo junto a la extensa construcción discursiva del cine como amenaza a la integridad humana permiten al autor llegar nuevamente a la misma conclusión hacia la que intentó arribar en todos los razonamientos anteriores: “Es una de las supremas necesidades de nuestro tiempo fiscalizar y trabajar con todo ahínco para que el cine no sea una escuela de corrupción, sino que se transforme en un precioso instrumento de educación y elevación de la moral”. (nº 26)

Para finalizar el capítulo, Pío XI, investido de su poder como máxima autoridad de la Iglesia Católica y de manera imperativa, exhorta a la Legión de la Decencia a mantener una vigilancia especial sobre la industria cinematográfica de su país dado su vigoroso desarrollo y la influencia que ejerce en otras partes del mundo. También menciona el deber del resto de las autoridades eclesiásticas de fiscalización y prohibición del mal cine. Deber que, según lo expresado, abarca “a todos los católicos y a todos los hombres honestos que aman la dignidad y la salud moral de la familia, de la nación y de la sociedad humana en general”. (nº 28)

MEDIOS DE VIGILANCIA Y CENSURA

En el último capítulo de su encíclica, a manera de explicación de lo que para él representa la vigilancia en el cine, Pío XI traza una serie de estrategias y tácticas para ejercer la vigilancia y censura en el cine conforme a los preceptos de la Iglesia; el remedio necesario, el único capaz de revertir el peligroso estado de situación prevaleciente en esa época: “El problema de la producción de películas morales sería radical y felizmente resuelto si fuese posible obtener una producción cinematográfica inspirada completamente en los principios de la moral cristiana” (nº 29).

En esta cita se hace explícito, y de forma sintética, el punto de vista que Pío XI ha buscado defender a lo largo de toda su encíclica: subordinar el cine a los principios de la Iglesia. A partir de esta opinión podrían agruparse entonces todos los argumentos que aparecen en el texto y recomponer el esquema argumentativo de la siguiente forma:

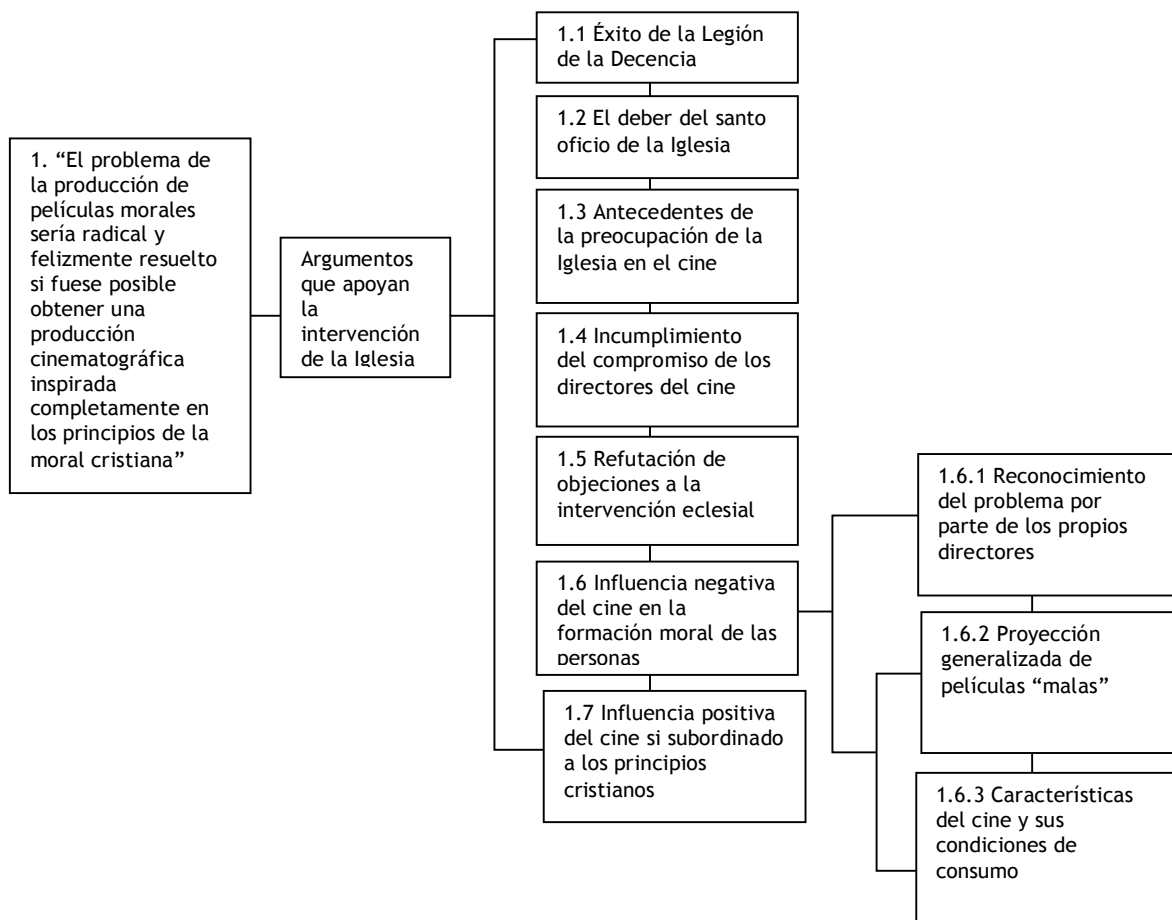


Figura N° 5: Estructura argumentativa *Vigilanti cura*

En este esquema se observa que, en *Vigilanti cura*, Pío XI construye su argumentación en dos frentes. En primera instancia busca crear un estado de situación que merezca ser reconocido por el lector como un problema de urgencia a ser resuelto. El segundo objetivo es construir el problema de manera tal que la intervención de la iglesia sea la respuesta a ese estado de situación.

Estrategias:

- Elevar la cinematografía a la función de educación humana y a las exigencias de la conciencia cristiana ejerciendo vigilancia sobre las películas exhibidas
- Invitar a todos los católicos que participan en la industria a reflexionar sobre sus deberes y responsabilidades
- Recordar a la industria su obligación para con las formas de diversión sanas y honestas
- Guiar a los empresarios de la industria para hacer del cine una forma de perfeccionamiento individual y social

Indicaciones prácticas:

- Obtener de los fieles la promesa anual de abstenerse de las películas que ofendan la verdad y las instituciones cristianas.
- Publicación regular de boletines nacionales donde se clasifiquen las películas: permitidas a todos, permitidas con reserva y perjudiciales.

- Creación de juntas nacionales encargadas de promover la producción de buenas películas, revisar, clasificar y divulgar los resultados al clero y a los fieles.
- Organización y coordinación de salas de cine existentes en las parroquias y asociaciones católicas

7.1.2 CONSIDERACIONES FINALES CARTA ENCÍCLICA *VIGILANTI CURA*

Si bien la encíclica *Vigilanti cura* está expresamente dirigida a los obispos americanos como principal destinatario, en el texto se encuentran muchos elementos que permiten reconocer que Pío XI se estaba dirigiendo a una audiencia mucho mayor, hasta se podría decir que universal. Cabe aclarar que las cartas encíclicas son utilizadas por los sumos pontífices para sentar doctrina sobre cuestiones importantes. Dada la trascendencia de este tipo de documentos es comprensible por qué en el texto analizado aparecen argumentaciones y directrices para los diferentes públicos que se relacionan con la Iglesia Católica y el fenómeno del cine: autoridades eclesiásticas, laicos, gobiernos, industria cinematográfica, entre otros.

La multiplicidad de razones para defender el pensamiento cristiano en el cine y su presentación bajo diversas tipologías argumentativas, también podrían ser interpretadas como indicios del polémico contexto que reinaba en la época en que esta encíclica fue elaborada. La Iglesia debía hacer frente a las ideas modernas y a la creciente permisividad de las costumbres públicas mientras veía menguar su influencia moral, ahora nuevamente amenazada por otro medio de comunicación social: el cine. “La eficiencia poderosa de nuestras escuelas, de nuestras asociaciones de Acción Católica e incluso del sagrado ministerio está disminuida y puesta en peligro por la llaga de los cines malos, tan perjudiciales” (nº 40).

Como respuesta al fenómeno modernista, que amenazaba los ámbitos intelectuales más eclesiales, como son el filosófico y el teológico, muchos autores -Gomes y Neto (2005), Libânio (2005a), Spoletini (2004)- coinciden que uno de los principales cometidos de la Iglesia fue avocarse a la salvación moral de las almas a través de una teología dogmatista y una disciplina eclesiástica estricta. Esta preocupación moralista se hace evidente en toda la encíclica al punto de constituirse en su eje principal. Si bien se reconoce la potencialidad del cine como factor de comunicación social, como arte, como divertimento y como educador, las intervenciones del pontífice se encaminan principalmente a denunciar el abuso que se hace del cine y advertir las trágicas consecuencias para la “fibra moral” de la sociedad. Es decir, se reconoce la importancia del cine como fenómeno social aunque siempre bajo una actitud firmemente cautelosa y fatalista. Esto también se ve reflejado en las directrices establecidas al final de la encíclica. Aunque existe una fuerte invitación a los católicos para que produzcan películas de carácter religioso, prevalece la solicitud por una defensa moral contra las películas malas.

Se podría concluir entonces que en *Vigilanti cura* el principal interés de la Iglesia en el cine reside en denunciar su influencia negativa sobre los millones de espectadores que asistían a las proyecciones, el efecto sobre las masas desprovistas de defensas críticas.

Este período tuvo, sin embargo, sus grandes limitaciones heredadas del pasado: el tono y los contenidos difundidos a través de los medios son altamente polémicos y apoloéticos, con una marcada preocupación moralista que apuntaba casi exclusivamente al sexo. Y mientras a los “fieles” se los trataba como a menores que deben ser protegidos, a los “adversarios”, más que convencerlos, se intenta apabullarlos. Perduran el secreto, la censura y los índices de libros y películas prohibidas (...). (Spoletini, 2004)

La Iglesia, parecía ser un grupo de padres superprotectores, preocupados, en casa, con la educación de sus hijos menores y, al mismo tiempo, vigilantes frente a los peligros externos que ponían en riesgo su educación. La reacción contra los enemigos externos y la necesidad de inculcación interna se confundían de tal modo que ya no se sabía por qué

razón, realmente, se tomaban las decisiones, ya que esos factores se daban en simultáneo. (Libânio, 2005a:12)¹⁰

¹⁰ Traducción propia.

7.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: LA EMERGENCIA DE LA CULTURA AUDIOVISUAL

Durante los años posteriores a la promulgación de la Carta encíclica *Vigilanti cura* sucedieron importantes desarrollos en el ámbito de los medios de comunicación social, influyendo cada vez más en la vida de cada vez más personas. Con los años '50 los medios de comunicación social adquieren un nuevo valor fruto del comienzo de un período marcado específicamente por el combate simbólico y retórico entre dos modelos ideológicos: capitalismo y comunismo.

La difusión de la televisión después de la Segunda Guerra Mundial (en épocas diferentes y con intensidad variable, dependiendo del país) creó una nueva Galaxia de comunicación, permitiéndome usar la terminología de McLuhan. No es que otros medios de comunicación desaparecieran, sino que fueron reestructurados y reorganizados en un sistema cuyo corazón se componía de válvulas electrónicas y cuya fachada atractiva era una pantalla de televisión. La radio perdió su centralidad, pero ganó en penetrabilidad y flexibilidad, adaptando modalidades y temas al ritmo de la vida cotidiana de las personas. Las películas fueron adaptadas para atender a las audiencias televisivas, con excepción del arte subsidiado por los gobiernos y espectáculos de efectos especiales de las grandes pantallas. Diarios y revistas se especializaron en la profundización de contenidos o de los intereses de sus audiencias, a pesar de mantenerse atentos al abastecimiento de informaciones al medio televisivo dominante. (Castells, 2008:415-416)¹¹

La televisión

Si bien las primeras transmisiones experimentales y regulares datan de los años '20, durante los primeros años de televisión, el medio no trascendió popularmente más que un sofisticado experimento. La presencia de los dos grandes medios masivos que se impusieron en la escena massmediática de los años '30- el cine y la radio- retrasaron el impulso inicial del desarrollo de la televisión, que se vio momentáneamente interrumpido por la Segunda Guerra Mundial. En 1945 este desarrollo se reanuda con mayor vigor y, finalmente, la televisión logra consagrarse como la gran protagonista de los años '50 cuando los servicios regulares de televisión comienzan a extenderse gradualmente por las grandes urbes del mundo. Con la popularización de la televisión, la radio y el cine buscaron reestructurarse adoptando nuevas funcionalidades sociales que les permitieran sobrevivir en la nueva escena.

El cine

El período de censura en Hollywood iniciado por la Liga de la Decencia pasó a un segundo plano en la década de los '50, cuando otros asuntos “más importantes” que el sexo y la violencia comenzaron a preocupar a las autoridades americanas. El país estaba de nuevo en guerra, aunque fuese “fría”, y dejar que la propaganda comunista fluyese a través de las pantallas de cine era un riesgo que no debía correrse. Entre los años 1947 y 1953 la censura

¹¹ Traducción propia.

irrumpe nuevamente en Hollywood a través del Comité de Actividades Antiamericanas y su famosa “Caza de brujas”. El objetivo era erradicar todo lo sospechosamente “antiamericano” y, de esta manera, frenar la penetración de la ideología comunista en el seno de la sociedad norteamericana.

Tampoco la situación social beneficiaba demasiado a la industria cinematográfica. Durante los años de la Segunda Guerra Mundial la TV era solamente una nube en el horizonte de Hollywood. Mientras duró el conflicto, la escasez de materia prima y el racionamiento habían detenido la fabricación de televisores. Sin embargo, el fin de la contienda y el retorno de la prosperidad, hizo que los aparatos de TV inundaron el mercado, llevando a los hogares entretenimiento gratis.

Las salas de cine se vaciaban, la competencia se reducía. Hollywood trató de hacer retornar la clientela con superproducciones y modernas salas de cine. Sin embargo, la renovación del cine y su supervivencia -que nunca volvió a la magnitud de sus comienzos- se debió en mayor medida por el éxito de las figuras independientes, de las nuevas camadas de directores y la variación en los cánones de producción. De esta manera, el cine fue configurándose como un entretenimiento público consagrado fundamentalmente a los relatos de ficción, mientras que la televisión tomaba el rol del gran productor de la actualidad pública, de acontecimientos, en tanto “realidad” en constante devenir, ocupando el espacio de la sociabilidad privada, cotidiana y familiar. (Von Sprecher, 1996:147-148).

La radio

A pesar del espectacular desarrollo de las tecnologías audiovisuales, la radio, que ya contaba con más de media década de historia conseguía mantener un lugar privilegiado entre los medios de comunicación. Sin embargo, como sucede con toda aparición de un nuevo medio en escena, la radio tuvo que adecuarse estratégicamente a la nueva situación: “Durante los años de posguerra, se va configurando un nuevo perfil de programación, en el cual la noche deja de ser el momento central del consumo (que pasa a concentrarse en las horas de la mañana y la tarde) y los contenidos informativos y de seguimiento de la cotidianidad comienzan a ocupar un espacio protagónico” (Von Sprecher, 1996:248).

Su bajo costo, la facilidad de su traslado y la posibilidad de realizar otras tareas en simultáneo fueron otras de las razones por las cuales la radio sobrevivió al desarrollo acelerado de la televisión y su rápida aceptación por parte del público.

La cultura de masas

La cultura de masas se originó en el periódico con sus coadyuvantes, el telégrafo y la fotografía. Se acentuó con el surgimiento del cine, un medio ideado para la recepción colectiva. Pero fue solamente con la televisión que se solidificó la idea del hombre masa junto con la idea de mass media. La lógica de la televisión en los años '50 era la de una audiencia recibiendo informaciones sin responder. Un mensaje similar era enviado al mismo tiempo desde algunos emisores centralizados para una audiencia de millones de receptores, considerada como homogénea, o plausible de ser homogenizada. El único feedback posible se daba a través de las mediciones, patrones de compra y estudios de mercado. Bajo este paradigma de comunicación, surgieron importantes críticas y preocupaciones que daban cuenta de la frustración de los intelectuales frente al progresivo dominio de la comunicación sensorial sobre la noble comunicación alfabética.

La Iglesia

Sin dudas, la cultura audiovisual tuvo su revancha histórica entrado el siglo XX, en primer lugar con el cine y la radio, y después, con la televisión, superando así la influencia de la comunicación escrita en los corazones y almas de la mayoría de las personas. Como consecuencia de ello, en este período, hubo un marcado interés de la Iglesia Católica por el

campo mediático que se materializó en la creación de comisiones encargadas de la Pastoral de los medios de comunicación. En 1948, Pío XII (1939-1958) crea la Comisión Pontificia para la Cinematografía didáctica y religiosa, con la tarea de examinar la complejidad de los problemas educativos y pastorales de la naciente era audiovisual. En 1952, esta Comisión pasa a llamarse, sencillamente, “para la cinematografía” en respuesta a la expansión de su área de estudio, dedicada ahora a afrontar los problemas del cine en su conjunto. De esta manera, la nueva oficina de la Curia tomaba la fisonomía de un órgano de estudio, dotado de un amplio Colegio de Expertos.

La primera reunión de los Expertos tuvo lugar al año siguiente y puso en evidencia la necesidad de profundizar, en el plano del Magisterio, la problemática del desarrollo de todos los medios audiovisuales y de sus crecientes incidencias sobre la vida espiritual del mundo y sobre la Pastoral de la Iglesia, enfatizando principalmente la importancia de la televisión para la sociedad. En 1954, el nombre de la Comisión cambia a Pontificia Comisión para la cinematografía, la radio y la televisión. El Colegio de los Expertos, notablemente ampliado, fue dividido en tres secciones: cine, radio y televisión, y se crearon los grupos de trabajo encargados de elaborar el material para la Carta Encíclica *Miranda prorsus* de Pío XII (1939-1958) sobre la Cinematografía, la Radio y la Televisión, publicada en septiembre de 1957.

En este período también se multiplican los congresos, las jornadas de estudio y los cursos pastorales, con el fin de sensibilizar al clero y a los laicos en lo tocante a las nuevas técnicas, a su lenguaje y a su uso. Nacen incluso congregaciones religiosas que hacen de cada uno de estos instrumentos los canales específicos de su apostolado o que les dan una atención especial, sirviéndose de ellos para una más adecuada misión evangelizadora (Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales).

7.2.1 ANÁLISIS CARTA ENCÍCLICA *MIRANDA PRORSUS*

Como se mencionó, el desarrollo de los medios de comunicación en los últimos años había hecho que la difusión de las ideas a través de ellos llegara a millones de personas. Esto exigía del Vaticano un nuevo pronunciamiento más actualizado que la anterior encíclica *Vigilanti cura* de 1936. Sin embargo, no sería hasta 1957 que Pío XII, quien había abordado previamente el tema de los medios en numerosos discursos y mensajes, retomase la cuestión de la moral y el cine, extendiendo su atención a la radio, ya consolidada, y al nuevo medio que había hecho irrupción justamente al final de la década precedente pero que ya se imponía arrolladoramente: la televisión. En septiembre de 1957 se publica entonces la Carta Encíclica *Miranda prorsus*, convirtiéndose en el primer gran documento de la historia del Magisterio sobre la comunicación social dado que reporta la novedad de reunir en un mismo documento a los tres grandes medios de difusión electrónicos - el cine, la radio y la televisión-, tratando su problemática desde una óptica conjunta.

Al igual que en *Vigilanti cura*, la inscripción del autor en el texto se realiza a través del plural mayestático para indicar que quien se pronuncia no es nada menos que el Sumo Pontífice. Sin embargo, esta inscripción sucede con menor frecuencia. Predomina la persona ausente, principalmente en las partes donde se hace referencia al estado de situación actual y a los contenidos de la Iglesia Católica, generando un efecto semántico de mayor objetividad.

INTRODUCCIÓN

Preámbulo

Pío XII comienza su encíclica con una afirmación de gran valor teológico que da cuenta de una visión esencialmente positiva por parte del Magisterio acerca de la nueva realidad mediática: “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”. (p.1)

Siguiendo esta visión positiva enuncia de manera general las posibilidades de los progresos técnicos (multiplicación de las fuerzas humanas y mejoramiento de las condiciones de vida), destacando los que “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”. (p.1)

De esta manera, el autor introduce el cine, la radio y la televisión como tema de su encíclica y establece el valor instrumental -empleo del verbo “servir”- que estos medios de difusión tendrían para la Iglesia, a saber:

- expresión artística
- difusión de ideas
- información
- entretenimiento

Cabe destacar la sustancial diferencia respecto de este exordio con el de *Vigilanti cura*. Mientras que en la encíclica anterior los párrafos iniciales están destinados a presentar una mirada de desaprobación respecto al desarrollo del cine, aquí, se resalta el lado benéfico de los medios haciendo mención a su origen divino y a sus potencialidades. Este contraste se repetirá a lo largo del presente discurso, imprimiendo una concepción menos pesimista que la encontrada en el primer documento analizado.

Motivos del interés de la Iglesia

Empleando la metáfora de la madre que ayuda a su hijo durante su crecimiento, Pío XII indica el rol que tiene la Iglesia en el ámbito de los media. Esta indicación se presenta modificada por el empleo de dos locuciones adverbiales que funcionan como modalizaciones apreciativas: “Con particular alegría, pero también con vigilante prudencia” que indican la actitud de la Iglesia frente a los progresos de los medios: de satisfacción por un lado, y de alerta por otro. De esta manera, se comienza a construir discursivamente la doble aproximación de la Iglesia hacia los medios, fruto de su dualidad de efectos, y se atenúa, de cierta manera, la visión positiva mencionada.

A continuación Pío XII enuncia una serie de razones que responden a la pregunta de por qué la Iglesia se interesa en los medios, por qué asume este rol de vigilancia. La primera razón corresponde a su misión divina, a su razón de ser; que a pesar de no estar explícita en el texto, por la justificación que da el autor, se puede inferir que consiste en intervenir en todos los ámbitos que influyen en el pensar y obrar de los individuos y la comunidad. El segundo motivo corresponde a su rol de portadora del mensaje universal de salvación: “Ella misma [la Iglesia], sobre todos los otros, ha de trasmitir a los hombres un mensaje universal de salvación (...) mensaje de incomparable riqueza y potencia que debe recibir todo hombre de cualquier nación o tiempo” (p.1). En esta segunda razón, comienza a dibujarse el interés de la Iglesia por los medios como instrumento para la difusión de su ideología, lo que conlleva a la caracterización de este período del Magisterio sobre la comunicaciones sociales como “período instrumental” (Spoletini, 2004).

Cabe detenerse aquí para analizar dos aspectos de la forma en que Pío XII califica la misión de la Iglesia Católica y su mensaje, puesto que constituyen una importante descripción del *in-group* en lo que respecta a sus recursos y posición social. Según las palabras del autor, el discurso de la Iglesia Católica estaría situado por encima de cualquier otro mensaje institucional (descripción de posición) por ser fruto de un don sagrado con el objeto de cumplimentar un mandamiento divino (descripción de recursos).

El punto de partida que subyace a este razonamiento es, según la clasificación establecida por Perelman (Marafiotti, 2008:196), una verdad; la verdad de la Iglesia como sacramento universal de Salvación. Como ya fue señalado en el análisis de la Carta Encíclica *Vigilanti cura*, esta verdad es una concepción religiosa que trasciende la experiencia y que goza de la aprobación del auditorio, como una suerte de acuerdo tácito. Ello permite al locutor disponer de una base sobre la cual construir su argumentación que, en este caso, está orientada a legitimar el rol y posición de la Iglesia en el ámbito de la comunicación social.

Precedentes de la Iglesia

El “celo por la salvación” es tomado como argumento a fin de justificar la intervención de la “Suprema Autoridad Eclesiástica para reclamar la atención sobre la gravedad de los problemas que el cine la radio y la televisión presentan para la conciencia cristiana”. (p.2)

Este razonamiento también refleja la extrema relevancia que el fenómeno mediático comporta para la Iglesia. En una primera instancia, dicha relevancia se expresa en la relación sintomática establecida entre el deber de salvación y la injerencia en los medios de difusión. Pío XII no elige una directriz cualquiera del dogma cristiano para justificar el interés de la Iglesia en los medios, sino la propia misión de la Iglesia en la tierra, su esencia y razón de ser. En segunda instancia, la relevancia se manifiesta en la sinonimia elegida para designar al Sumo Pontífice: “Suprema Autoridad Eclesiástica”. La elección de este término, entre los muchos otros que existen, permite inferir que la intención del autor es justamente destacar la importancia de quien interviene en el asunto de los medios, y por ende, esta importancia se traslada a la problemática de la cual se ocupa; esto es, grandes personas para grandes problemas.

Asimismo, en el fragmento citado, la intervención de la Iglesia aparece supeditada a la constitución de los medios como “problema” para la formación de los fieles. Esto permite concluir que aquí el interés de la Iglesia por el fenómeno de los medios de comunicación social se presenta como una preocupación negativa motivada por las amenazas que los medios representan para la manutención de su ideología.

Recurriendo a la ilustración como técnica argumentativa, Pío XII menciona una serie de hechos anteriores que funcionan como evidencia del interés de la Iglesia en la problemática de los medios.

- 1) La primera emisión radial de Pío XI (1931) con motivo de la inauguración de la estación de la Radio Vaticano.
- 2) Las enseñanzas de la Encíclica *Vigilanti cura* (1936) de Pío XI en lo que respecta a la potencialidad del cine para lograr la misión de la Iglesia.
- 3) Reuniones con quienes integran el mundo del cine, la radio y la televisión durante el apostolado de Pío XII.
- 4) Creación de la Pontificia Comisión para la cinematografía, la radio y la televisión.
- 5) Utilización de los medios de difusión durante el apostolado de Pío XII.

La selección de los hechos y la forma en que están enunciados dejan entrever que aquí, a diferencia de lo que se planteó anteriormente, la intencionalidad del autor se orienta a ilustrar la injerencia positiva de la Iglesia en el mundo mediático. Esto es, no un interés basado en las amenazas que los medios suscitan, sino basado en los beneficios que comportan. Pío XII construye discursivamente una Iglesia que da las bienvenidas a los avances en las técnicas de difusión y que las incorpora como instrumento para la consecución de su cometido apostólico. Los indicios textuales que llevan a concluir esto son los siguientes:

- la sinonimia “admirable invento marconiano” para designar a la radio.
- la inclusión de la Encíclica *Vigilanti cura* en el listado de antecedentes. Como se mencionó anteriormente, esta carta encíclica es el primer documento donde aparece, aunque

tímidamente y ofuscado por las preocupaciones moralistas, el reconocimiento del cine como medio de difusión y el de sus potencialidades. Aún cuando la mayor parte del contenido de dicha encíclica se orienta a alertar sobre las amenazas del mal cine en la moral, Pío XII elige, para ilustrar las enseñanzas de esta encíclica, uno de los pocos fragmentos en los que se habla positivamente de este medio.

- la forma en que están relatadas las reuniones celebradas con los diversos agentes que integran el mundo mediático. Pío XII utiliza adverbios modalizadores como “gustosamente” y acciones positivas para indicar la buena predisposición por parte de las autoridades eclesiásticas hacia los medios de difusión y quienes se dedican a ellos.

- el énfasis en la política de puertas abiertas de la Comisión Pontificia, dispuesta a asistir a quienes necesiten “pedir consejo y segura orientación”.

- el énfasis en los beneficios del empleo de los medios por parte de la Iglesia.

Teniendo en cuenta las observaciones anteriores, se comienza a consolidar en esta encíclica, el doble acercamiento de la Iglesia al fenómeno de los medios de comunicación social: por un lado, de aceptación y admiración cuando utilizados para lograr sus propósitos; por otro, de vigilancia y denuncia cuando su empleo representa una amenaza a la doctrina cristiana.

Los frutos de la enseñanza pontificia

Una vez establecido el porqué teleológico del interés de la Iglesia en los medios -su influencia social y su potencialidad como herramientas de difusión- y justificado/ilustrado por medio de antecedentes; resta a Pío XII indicar los logros -o “los frutos”- conquistados para “cerrar” su razonamiento y terminar por legitimar la acción de la Iglesia en este ámbito en particular.

Entre una multiplicidad de subjetivismos y modalizaciones evaluativas y afectivas para enfatizar la magnitud de los progresos obtenidos gracias a la intervención de las autoridades eclesiásticas, se esconde una sola proposición que podría ser interpretada como “fruto” de las enseñanzas pontificias en el ámbito de los medios: “ (...) han sido promovidas actividades y obras, en el campo diocesano, nacional e internacional, con miras a un previsor apostolado en esos sectores [cine, radio y televisión]”. (p. 2)

Sin embargo, la falta de “frutos”, o su superficial tratamiento, se compensa con la mención de numerosos sectores que han contribuido “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”. (p. 2). Gobernantes, representantes del mundo industrial y artístico de los medios de comunicación, católicos y otras personas “de buena voluntad” son representados en el texto como aliados de la Iglesia.

Ante un panorama tan perfecto, ¿Cómo justificar la elaboración de una encíclica? ¿Por qué intervenir en un asunto que parece ya resuelto? Tal como si fuese un cuento con sus tres etapas prototípicas, en este punto Pío XII da por concluida la introducción y pasa con un “Sin embargo, por desgracia” a la complicación de la narración.

Aparecen entonces los adversarios -o, en los términos empleados por van Dijk (1999b), los *out-groups*- que amenazan el Magisterio de la Iglesia y que están representados discursivamente como:

- a) individuos empujados por un desordenado apetito de lucro
- b) individuos que son víctimas de ideas erróneas sobre la realidad de la naturaleza humana
- c) individuos que son víctimas de ideas erróneas sobre la libertad de expresión
- d) individuos que son víctimas de ideas erróneas sobre la concepción del arte

La forma de caracterizar a quienes compondrían los *out-groups* comporta una estrategia de deslegitimación en lo que respecta a los propósitos de dichos grupos. Por ser “erróneas” sus creencias, automáticamente, quedan también deslegitimados sus objetivos y, en

consecuencia, su esencia. Por otra parte, la estrategia de deslegitimación del *out-group* encierra algunas implicaciones que brindan información sobre las categorías conceptuales que constituyen la ideología de la Iglesia Católica como *in-group*. Calificar una actitud como errónea implica poseer el conocimiento acertado, esto es, “la verdad”. (Descripción de los recursos del *in-group*). A su vez, ser dueño de la verdad implica la existencia de una relación asimétrica entre quienes la detentan y quienes carecen de ella. (Descripción de posición y relación). Esta posición de supremacía y la unicidad de los recursos adjudicados coinciden con las descripciones mencionadas anteriormente, cuando se hacía referencia a la superioridad del mensaje eclesial.

Motivos de la Encíclica

En los párrafos siguientes Pío XII vuelve a mencionar la doble cara de los medios en cuanto a sus consecuencias para el bien o para el mal. Su poder de influencia y su accesibilidad serían, para el autor, la causa de esta versatilidad.

Si bien no existe una referencia explícita, por el contexto histórico en que esta carta encíclica fue escrita, se podría suponer que entre las consecuencias negativas a las que Pío XII se refiere se encuentran el empleo de los medios con fines bélicos y de propaganda, acontecido principalmente durante Segunda Guerra Mundial. No obstante, el autor prefiere no hablar aquí de hechos específicos. Lo bueno y lo malo son representados por la clásica dicotomía de la doctrina cristiana: el Cielo y las Tinieblas. Así, el empleo positivo de los medios conduciría al “reino de la luz, de lo noble y de lo bello”, mientras que la mala utilización conduciría a “los dominios de las tinieblas”. Esta forma abstracta y figurativa para representar las consecuencias del empleo de los medios permite legitimar a la Iglesia como guía hacia el buen camino. Si los medios pueden conducir al Reino de los cielos, pero también a las Tinieblas, ¿quién mejor que la Iglesia Católica, medio universal de salvación, para orientar a la humanidad?

De esta manera, queda preparado el terreno para introducir a la Iglesia como parámetro de la correcta utilización de los medios. El autor establece entonces la necesidad de conducir los medios conforme a las enseñanzas cristianas, recurriendo a la argumentación por analogía:

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” de la ley de Cristo, corre el peligro de ser causa de infinitos males (...) (p.3)

Bajo la metáfora del pastor que cuida su rebaño, el autor presenta, finalmente, los dos objetivos de esta encíclica:

- recordar la doctrina cristiana relacionada al tema de los medios de comunicación social.
- recomendar providencias necesarias para guiar a los fieles en el uso de los medios.

En base a estos dos objetivos Pío XII estructura el texto en una parte general donde se exponen “los principios que deben regular la difusión de los bienes de comunicación realizada a gran escala” y una parte específica donde se trazan las directrices para el empleo de cada una de las tecnologías mediáticas aquí tratados.

PARTE GENERAL

La “Difusión” en la doctrina cristiana

En este segmento del texto Pío XII establece una definición de lo que para la Iglesia Católica representa el fenómeno de la comunicación realizada a gran escala - o “difusión” como prefiere denominarla el autor.

Pío XII comienza definiendo la comunicación desde la teología. Como fundamento teológico por excelencia aparece en el texto la figura de Dios en su rol de primero y perfecto comunicador: “Deseoso de encontrar en el hombre el reflejo de las propias perfecciones, 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”. (p.4)

Utilizando la inducción fundada en el modelo, Pío XII concluye que toda comunicación a gran escala, incluso aquella mediada por los instrumentos de difusión, debe entonces permanecer al servicio de la voluntad de Dios; esto es, debe orientarse al perfeccionamiento individual y social.

La Difusión del mal

Dada la fuerte aseveración de su premisa, el autor busca otros medios para reforzarla. Anticipándose al conocido cocontragumento que pone en duda la benevolencia de Dios ante los males que aquejan el mundo -“Si Dios es bueno/existe, por qué permite que...”-, Pío XII resuelve condensarlo en una pregunta retórica para luego rebatirlo: “Considerando la finalidad tan elevada y noble de los medios técnicos de difusión, Nos preguntamos frecuentemente: ¿cómo es que también sirven para el mal?” (p.4)

Esta pregunta está formulada de manera tal que permite dirigir la respuesta a una única dirección: no es culpa de Dios ni de sus instrumentos -medios de comunicación-, sino del hombre bajo la influencia del pecado. Ya definido el modelo perfecto de comunicación -Dios-, aparece entonces el antimodelo bajo la metáfora del “príncipe de las tinieblas”. Valiéndose de la antítesis quedan así representados, de forma contrastante, los dos modelos de comunicación: el bueno y el malo: el bien y el mal.

Libertad de difusión

Siguiendo su encadenamiento de ideas, Pío XII define la verdadera libertad de difusión como: “el acertado uso de la difusión de valores que contribuyen al perfeccionamiento humano”. (p.4)

Aquí el autor determina la elección de un significado en particular por encima de otras concepciones de la libertad de difusión. Curiosamente, esta definición de libertad comporta una restricción: el sometimiento a los valores; esto es, los valores contenidos en la doctrina cristiana, que conforme a la opinión de la Iglesia son los únicos que llevan al perfeccionamiento humano.

Esta definición constituye lo que Perelman y Olbrechts-Tyteca (1989: 329) denominan una “definición normativa”, dado que indica la forma en que el enunciador quiere que se utilice una palabra. La norma resulta de un principio deducido del dogma cristiano -los medios de comunicación deben servir a Dios- y que pretende ser de validez universal. De esta manera, Pío XII lleva al interlocutor hacia su modelo mental preferido de lo que es la libertad en la comunicación, haciendo evidente la acción persuasiva del empleo de las definiciones.

A partir de esta definición arbitraria, Pío XII establece el derecho supremo de la Iglesia Católica -como depositaria de la doctrina de salvación y de los medios de santificación- de “comunicar las riquezas que se la han confiado por disposición divina”.

Como es de conocimiento general, la afirmación de un derecho implica la afirmación de un deber. En este caso, el autor explica que para garantizar este derecho, son los poderes públicos y los fieles quienes tienen el deber de realizar todos los esfuerzos necesarios para hacerle posible a la Iglesia el acceso a las técnicas de difusión. Pío XII aclara, con una

estrategia de manejo de imagen, que la afirmación de este derecho supremo e inalienable de la Iglesia no restringe la posibilidad de la sociedad civil a comunicar noticias e informaciones, siempre y cuando éstas sean útiles al bien común y contribuyan al enriquecimiento espiritual. Esto es, se aplica una restricción al tipo de contenidos que circulan a través de los mensajes y sus propósitos, y no a los agentes que los hacen posibles.

Estos párrafos son un claro ejemplo de lo que plantea van Dijk (1999b:321) sobre las estrategias de legitimación en el discurso. Para justificar su posición de superioridad, el autor afirma que “es ‘natural’ hacer una distinción o, incluso, establecer una jerarquía entre Nosotros y Ellos, dar prioridad a Nosotros, o dar acceso preferencial a recursos simbólicos por Nuestra sangre, Nuestro suelo o Nuestras características innatas”, o, en este caso, sobrenaturales. Sorprende la asertividad con la que el autor se ubica frente al mundo que construye; desaparece todo tipo de modalizaciones y marcas explícitas del sujeto. Bajo el efecto de la objetividad, del orden natural de las cosas se esconde esta estrategia típica de legitimación de la ideología cristiana, revelando el autoritarismo propio del discurso religioso.

Errores acerca de la libertad de difusión

Legitimados las definiciones sobre la libertad de difusión y el acceso preferencial de la Iglesia al discurso público, ahora resta a Pío XII deslegitimar a los adversarios, constituidos por todos aquéllos grupos cuyas acciones y concepciones se contraponen a las de la Iglesia. En esta sección el autor despliega una serie de estrategias orientadas a condenar uno a uno los grupos que integran el *out-group*, para así poder, finalmente, establecer la hegemonía de la Iglesia sobre el campo simbólico; esto es, tomar el control de los significados y las mentes de los receptores del discurso. Las estrategias de deslegitimación empleadas adoptan varias formas, en función del grupo a quien se pretende desacreditar.

Así, para desautorizar a ciertos agentes de la industria se utiliza una estrategia de deslegitimación de objetivos. Se argumenta que sus intereses para con los medios constituyen una violación a los valores comunes: “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”. (p.5)

En segunda instancia se condena a los defensores de la “libertad de expresión” a través de una definición arbitraria y sesgada de los objetivos de este grupo: “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” (p.5). En esta definición se hace explícita la presentación positiva del *in-group* y negativa del *out-group* por medio de un “Nosotros” con nobles propósitos y un “Ellos” inmoral. La deslegitimación también se centra en la nocividad de los efectos que la postura del adversario implica para la sociedad.

Por último, Pío XII hace mención a los “defensores del arte”. La estrategia de deslegitimación se enfoca, en este caso, hacia la jerarquía de valores del adversario que privilegia el valor artístico sobre los demás: “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”.

Características de la “difusión” a través de las técnicas audio-visivas.

Nuevamente aquí aparece la justificación teológica como medio de legitimación de la intervención de la Iglesia Católica, esta vez en lo que respecta a las técnicas de difusión audiovisuales. Según el razonamiento de Pío XII, estas técnicas conducen a una mejor transmisión de los valores espirituales dado que involucran tanto la visión como la audición. Para reforzar esta interpretación teológica de los nuevos medios, el autor cita las palabras de

San Agustín (cita de autoridad) en donde se destaca la importancia de los sentidos para llegar al conocimiento de Dios.

De esta manera, se llega a la misma conclusión expuesta más arriba sobre la finalidad suprema de la comunicación, pero esta vez, en referencia a las técnicas audiovisuales en particular:

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. (...)Para realizar tan elevada finalidad el cine, la radio y la televisión deben servir a la verdad y al bien. (p.6)

Interpretar los medios de comunicación social como dones de Dios y, en consecuencia, supeditar su funcionamiento al servicio de la voluntad divina otorga a la Iglesia Católica, la única heredera de Cristo en la tierra, un argumento de extrema fortaleza para legitimar sus acciones, opiniones y directrices en el asunto. Este argumento, como se advierte en el párrafo citado, permite también defender la supremacía de la transmisión de valores morales sobre el resto de los usos enumerados por el autor en la introducción de la encíclica y, a su vez, deslegitimar a quienes sostienen una postura diferente.

Al servicio de la verdad y del bien

En este apartado, Pío XII aclara qué significa “servir a la verdad” como finalidad primaria de los medios audiovisuales.

Comienza por una definición negativa:

- es apartarse de la falsedad y del engaño.
- es evitar actitudes tendenciosas y parciales que fomentan conceptos erróneos de la vida y el comportamiento de los hombres.

Y concluye con una pregunta retórica destinada a obtener la adhesión del receptor: “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?” (p.7)

Con esta pregunta el autor intenta reforzar su punto de vista acerca de la finalidad primordial de los medios: su empleo como vehículos de la doctrina cristiana. Para justificar dicha tesis se centra en los efectos positivos que tendría esa forma de utilización (argumentación pragmática) para la sociedad en general. Según van Dijk, esta forma de legitimación, en la que prevalece el argumento del bien común sobre los propios intereses del grupo, es propia de las ideologías dominantes:

Para legitimar la acción del *in-group*, éste necesita mostrar que sus principios básicos son justos, y que, posiblemente, los de otros grupos son incorrectos. O, más bien, pueden afirmar que sus principios básicos son generales, si no universales, y, por lo tanto, se aplican a todos. Legitimar acciones en un conflicto social y en una situación de desigualdad en la que un grupo es, o puede ser, desafiado por otro, habitualmente implica la afirmación de que esas acciones están dentro del orden moral general y, por lo tanto, no justificadas solamente por fundamentos partidarios, interesados. Las ideologías de grupo pueden, entonces, ser declaradas como de sentido común o como principios que deberían ser seguidos por todos los miembros sociales, también los de otros grupos. (Van Dijk, 1999b:322)

Educación de las masas

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. (p.8)

En este fragmento de la encíclica aparece una novedad en lo que respecta a la postura de la Iglesia sobre los medios de comunicación social. A diferencia de *Vigilanti Cura*, las audiencias ya no son vistas como masas desprotegidas ante los estímulos eléctricos de la pantalla o de la radio, sino que se reconoce la posibilidad del oyente/espectador de poner un filtro a los contenidos a los que se ve expuesto.

Para entender el cambio de concepción de las facultades de la audiencia es necesario remitirse al contexto en el que fue elaborada esta encíclica, particularmente en lo que respecta al campo de las teorías de la comunicación. A partir de la década de los 40, la teoría de los efectos limitados se impone en el campo académico de la comunicación como superación del modelo de la aguja hipodérmica. Nacida de los trabajos empíricos de tipo psicológico-experimental y de tipo sociológico por un lado, y de una aproximación funcional a la temática global de los *mass media*, por otro; esta teoría propone una revisión del proceso comunicativo anteriormente entendido como una relación mecanicista e inmediata entre estímulo y respuesta, centrándose en la capacidad selectiva de los receptores con respecto a los mensajes. (Wolf, 1996). De esta manera, el poder ilimitado que antes se atribuía a los medios queda atenuado y condicionado por las características psico-sociológicas de sus audiencias. Seguramente, los hallazgos mencionados incidieron en la postura de la Iglesia, para quien la educación religiosa de sus fieles en el rol de espectadores/oyentes se vuelve ahora una necesidad fundamental.

Una vez establecidos los principios que deben guiar la utilización de los medios de comunicación en general, Pío XII procede a tratar el cine, la radio y la televisión por separado.

PARTE ESPECÍFICA

El cinematógrafo

El autor comienza este apartado indicando la importancia del cine dada su larga trayectoria y su ascensión al status de “uno de los medios expresivos más importantes de nuestros tiempos”. También refuerza, nuevamente, la finalidad suprema a la que deben servir los medios, esta vez, el cinematógrafo en particular: “un instrumento positivo de elevación, de educación y mejoramiento”.

La clasificación moral

Para la consecución de tal fin y siguiendo las directrices que Pío XI formuló en *Vigilanti cura*, Pío XII exhorta a los obispos y prelados a mantener y crear oficinas nacionales de revisión con el objeto de “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”. (p.9)

Los juicios morales sobre los espectáculos de la pantalla grande deberán estar a cargo de comisiones especiales, dependientes de las oficinas nacionales y cuyos miembros posean amplia formación en el tema de los medios. Su función será la 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”. (p.10) Las evaluaciones deberán prestar atención al tratamiento que reciben las películas en los siguientes aspectos: argumento religioso, presentación del mal, respeto a la persona humana, a la familia, al Papa, a la Iglesia y la sociedad civil. Dichas evaluaciones deberán difundirse ampliamente y con regularidad a fin 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”. (p.11)

En estas directrices Pío XII habla a los miembros del ingroup: obispo. La función ideológica aquí es la de mantener la cohesión y la solidaridad del grupo orientándolo hacia acciones prácticas que permitan la consecución de los objetivos del grupo. “Socialmente las ideologías se desarrollan para asegurarse de que los miembros del grupo piensen, creen y actúen de tal modo que sus acciones redunden en su propio beneficio y en el del grupo en general” (Van Dijk, 1999b: 208)

También aparece implícita una descripción de actividades del *in-group*. La Iglesia es presentada como autoridad legítima y dotada de capacidad para juzgar las películas y determinar qué corresponde al ámbito de lo moralmente bueno y qué queda fuera de ello. Esta descripción de actividad funciona como una suerte de justificación ideológica que proporciona a los miembros del grupo un motivo para actuar y un argumento para respaldar dichas acciones.

Otra vez las intenciones de la Iglesia buscan el respaldo en el bien común, en la “verdadera cultura y la civilización”; conceptos que, a pesar de ser polisémicos y controvertidos, aquí se presentan como unívocos y objetivos.

Como se señaló en el análisis de la Encíclica *Vigilanti cura*, aunque representados en la superficie textual como valores universales, en el plano semántico éstos adquieren un sentido específico, y que depende la concepción particular de la Iglesia sobre lo que es el bien común, la moral, las buenas costumbres, la civilización, la cultura, etc. Esto se advierte, por ejemplo, cuando Pío XII establece las pautas a seguir en la clasificación de películas: “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”. (p.11).

Aquí, el autor deja entrever cuál es el sentido preferido de los valores pretendidamente universales. Según su razonamiento, se podría afirmar que la moral y las buenas costumbres no son tales si no respetan la doctrina cristiana. En consecuencia, el sentido de todos los términos utilizados indistintamente para designar el bien común debe ser interpretado como “lo que el bien común es según la Iglesia”.

El crítico cinematógrafo

Esta conclusión se ve confirmada cuando Pío XII se refiere a la actuación del crítico cinematográfico: “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”. (p.11)

Advirtiendo contra los peligros del relativismo, el autor defiende la prevalencia de su concepción de moral y la jerarquía de valores que esta implica, que, como se señaló anteriormente, tiene como ápice la doctrina de la fe cristiana.

Los empresarios, la distribución, los actores, productores y directores

En los párrafos siguientes destinados al cine se establecen directrices para cada uno de los agentes sociales que participan en las etapas de producción y distribución de la industria: empresarios de salas de cines, distribuidores, actores, productores, directores, gobierno, etc. Aunque adaptado a las características de cada público, el mensaje siempre es el mismo: apoyar el cine “moralmente sano” y combatir las proyecciones contrarias a la fe cristiana y la moral; el argumento, la defensa del bien común.

La radio

Pío XII introduce la radio como un medio “con grandes posibilidades”. Como argumentos que apoyan la importancia de la radio, el autor menciona:

- la ubicuidad: “tiene el privilegio de estar libre y desasida de las condiciones de espacio y tiempo”.
- la instantaneidad de las noticias: “en un instante y superando todas las fronteras, lleva los mensajes que se le confían”
- su diversidad de usos: “presta incalculables servicios en los varios campos de la técnica, llegando hasta lograr dirigir de lejos mecanismos sin piloto hacia metas precisas”.
- la transmisión de noticias desde cualquier parte del mundo: “Oír la voz humana y poder seguir acontecimientos lejanos”.
- la riqueza de contenidos: “bajo la forma de innumerables programas ricos en noticias, entrevistas, conferencias, transmisiones de actualidad y de arte, de canto y de música”.

Al igual que cuando hacía referencia a los medios de comunicación social en general y al cine, Pío XII realiza un quiebre en la descripción de los atributos de la radio para introducir, con un conector adversativo - Con todo,- la finalidad suprema de la radio: el del servir al bien y la verdad en pro de la salvación de la humanidad. “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”. De esta manera, queda reflejada nuevamente la jerarquía de valores que según la Iglesia deben regir el empleo de los medios: por encima de todo, las enseñanzas aportadas por la doctrina cristiana: y, en un segundo plano, la técnica, el arte, el entretenimiento, entre otros.

También recurriendo a la misma estrategia para introducir sus directrices, el autor alude a la dualidad de efectos que la utilización de la radio puede generar según las intenciones que guíen su empleo. Como consecuencia de esta peligrosa versatilidad, queda preparado el terreno para que el Papa, autoridad máxima de la Iglesia, establezca el camino que guía a los hombres por el buen sendero ayudándoles a discernir entre “lo bueno” y “lo malo”.

Deberes del radioescucha

1) La selección de los programas: “el primer deber de quien escucha la radio, es el de una cuidadosa selección de los programas”.

Para convencer sobre la importancia de cumplir este deber, Pío XII recurre a la argumentación basada en una relación de analogía, asociando la selección de los programas radiales a la selección de las personas que ingresan al propio hogar. El vínculo sobre el cual se apoya esta relación reside en el verbo “entrar”: así como los invitados entran a una casa, las emisiones radiales provenientes del exterior, también lo hacen. En consecuencia, los mismos criterios de los que los dueños de casa se valen para permitir/restringir el acceso de sus amigos/enemigos, deben ser aplicados para el consumo de la radio. El poder de persuasión de esta analogía es aún mayor si se tiene en cuenta que el campo seleccionado para establecer la relación de semejanza es el ámbito de la vida cotidiana y de la intimidad familiar, con el cual el receptor está profundamente familiarizado.

2) Proveer retroalimentación sobre las emisiones: “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”

El argumento que respalda esta directriz está constituido por la aceptabilidad de sus consecuencias. Según un encadenamiento de ideas forzado y careciente de lógica, Pío XII sostiene que opinar sobre los programas radiales lleva a la conformación de una opinión pública ilustrada capaz de poner a la radio “al servicio de la verdad, de la moralidad, de la justicia y del amor”. Con estos fines, queda sobreentendido que son los parámetros que la doctrina cristiana enseña los que deben guiar las objeciones y deseos del radioescucha.

3) Apoyo de las buenas transmisiones: “Es un deber, finalmente, de los radio oyentes, apoyar las buenas transmisiones, ante todo aquellas que llevan a Dios al corazón humano sobre todo en estos tiempos”.

Para ilustrar la urgencia de este cometido, Pío XII describe un estado de situación problemático a través de la metáfora:

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? (p.15)

La célebre denominación de la “cortina de hierro” que hace referencia a la barrera ideológica que separaba al mundo durante los años de la Guerra Fría, es utilizada por el autor para construir un universo escindido por el bien y el mal. El comunismo es caracterizado como un lugar hermético cuya ideología, representada bajo el sintagma “la tiranía del materialismo ateo”, no deja penetrar “la verdad” salvadora del catolicismo. En este fragmento se hace explícito el rechazo que existía en aquel tiempo en la Iglesia Católica, especialmente en Pío XII, hacia los regímenes comunistas. La pregunta retórica que aparece al final funciona como una aseveración implícita orientada a obtener la adhesión del lector hacia el programa de acción señalado.

La televisión

Pío XII justifica el tratamiento del tercer y último medio de comunicación social por el desarrollo y expansión que tuvo durante sus años de pontificado. Siguiendo la misma estructura de presentación que en el cine y la radio, comienza por nombrar sus atributos - fuerza de la imagen, consumo en la intimidad del hogar, poder de penetración de los contenidos, inmediatez, semejanza con las relaciones cara a cara-; y, luego, su dualidad de efectos - “Este desarrollo, (...), 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”. (p.17)

Presentar la televisión como un medio peligroso legitima al autor a establecer una serie de “medidas indispensables de precaución”, semejantes a las de las enunciadas para los otros medios: para las oficinas nacionales y autoridades eclesiásticas, emprender actividades de información, educación, coordinación y vigilancia sobre la moralidad de los contenidos televisivos; para los productores de programas, preparar programas que respeten los principios religiosos y tengan en cuenta el peligro de sus transmisiones.

Con todo, el grupo sobre el cual se hace más hincapié es el de los padres y educadores por ser ellos los responsables del grupo más vulnerable ante las influencias de la televisión: la juventud. Utilizando la metáfora de la enfermedad, Pío XII compara la acción de la televisión a la de un germen infeccioso: “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!” (p.18). Creado este estado de alerta, el autor indica la necesidad imperante de moderar el empleo de la televisión en el seno familiar, vigilar los contenidos que los jóvenes consumen, apartarlos de programas no aptos y formarlos con criterios rectos sobre los espectáculos.

CONCLUSIÓN

En la parte final de su encíclica el Papa resume las intenciones que llevaron a la elaboración del documento:

- 1) Compartir las preocupaciones acerca de los peligros del uso no recto de los medios para la fe cristiana y la integridad moral.
- 2) Resaltar el lado positivo de la utilización de las técnicas de difusión para la tarea evangelizadora.
- 3) Exponer los principios que deben regular y dirigir dicha utilización según la doctrina cristiana.
- 4) Exhortar a las autoridades de la Iglesia no solamente a vigilar, sino a intervenir positivamente.

Cabe detenerse en esta última intención dado que representa un salto importante entre la encíclica analizada anteriormente y la presente. En *Vigilanti cura* se indicaba que si bien existían algunas pocas directrices a asumir una actitud proactiva, el mayor hincapié se hacía en asumir una actitud defensiva y de censura. Sin embargo, esta situación se revierte en *Miranda prorsus*. Como indicio de ello podemos citar:

- 1) Las propias palabras de su autor, Pío XII, en las que sintetiza el cometido de las Oficinas nacionales:

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. (p. 20)

- 2) El propio título de la encíclica. *Miranda prorsus*, que en castellano significa “admirables inventos”, anuncia una mirada más abierta y positiva, en comparación con *Vigilanti cura* que ya en su título deja entrever la vigilancia como principal cometido en el mundo de los medios de comunicación social.
- 3) El exordio del discurso. Los párrafos iniciales están destinados a exponer una visión favorable de las técnicas de difusión.
- 4) Las directrices establecidas para quienes intervienen en las diferentes industrias mediáticas. En general, las pautas de Pío XII sugieren que los esfuerzos se encaminen a promover lo que es moralmente bueno en las emisiones. Quedan afuera las invitaciones a boicotear contenidos inmorales y desaparece la palabra “censura”. También, tímidamente, aparece la necesidad de una educación para el consumo de los medios. Ya no se habla de mentes desprovistas de raciocinio que son atacadas por los mensajes impuros del cinematógrafo, sino que se reconoce la capacidad de la audiencia para evaluar y seleccionar los contenidos a los cuales se expone. No obstante, se sigue insistiendo en las clasificaciones morales según las cuales la Iglesia dicta qué se debe ver/oir y qué no.

7.2.2 CONSIDERACIONES FINALES CARTA ENCÍCLICA *MIRANDA PRORSUS*

En *Miranda prorsus* los modernos medios de comunicación social son oficialmente reconocidos por la Iglesia y sus atributos vanagloriados con innumerables hipérboles y metáforas. El acceso de la Iglesia al discurso público es establecido como un derecho innegable y extremadamente necesario para el cumplimiento de su misión divina. A diferencia de *Vigilanti cura*, las cautelas y los recelos lentamente se van tornando en solicitud pastoral, la cual se manifiesta bajo un doble acercamiento: Por un lado, usar los instrumentos de comunicación

para los propósitos evangelizadores; por el otro, la obligación de ser moralmente críticos en su utilización. Sin embargo, aún prevalece la preocupación negativa ante el uso incorrecto de los medios, un abuso que es presentado como ocurriendo “con demasiada frecuencia”.

Un aspecto que llama poderosamente la atención, cuando comparada la anterior encíclica con la presente, es que en *Miranda prorsus* desaparece la preocupación explícita por los contenidos impúdicos, violentos e inmorales. La palabra “moral” aparece con menor frecuencia, mientras que “la verdad” gana terreno y se establece como la máxima que debe guiar la utilización de los medios de comunicación social: “Al servicio de la verdad y del bien”. Incluso, en algunos fragmentos, la moral se presenta subordinada a la verdad, como si fuese meramente un principio complementario: “A la tarea de servir a la verdad debe unirse el esfuerzo de contribuir al perfeccionamiento moral del hombre”. (p.7)

Se podría aventurar aquí una suerte de explicación del porqué de este reemplazo de vocablos. Cabe recordar que la encíclica *Miranda prorsus* fue elaborada y publicada en plena Guerra Fría, y que Pío XII era -o, al menos se decía- partidario del régimen capitalista. La habilidad que demostraron tener los comunistas para transformar los medios de comunicación en una poderosa “fábrica de consenso”, y así, legitimar por medio de la propaganda su ideología, seguramente captó el interés de la Iglesia con una intensidad mucho mayor que los contenidos “inmorales”. Por esta razón, cabría suponer que, entre los peligros que los medios planteaban, el que reclamaba mayor atención era el de la propagación de la ideología comunista, cuyas ideas constituían un ataque directo a la doctrina y fe cristiana.

La justificación del reemplazo de “la moral” por “la verdad” como ideal/finalidad de los medios puede entonces interpretarse a la luz de del contexto caracterizado por un conflicto ideológico bipolar, en el que cada “polo” proclamaba la validez universal de sus respectivos modelos. “La verdad” aparece como el nuevo fin, dado que lo que estaba en juego en ese momento era la hegemonía disputada entre dos sistemas de valores y creencias completamente diferentes. En una situación como esa, se volvería casi inútil hablar de moral ¿Cómo combatir al enemigo catalogando su comportamiento de desviado o inmoral si ni siquiera existe un acuerdo de valores sobre el cual juzgarlo?

7.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: CONCILIO VATICANO II

El Contexto del Concilio Vaticano II

Contextualizar el Concilio Vaticano II (1962-1965) significa localizarlo en el momento final del pontificado de Pío XII (1958) y en los inicios del de Juan XXIII (1958-1963). Con Pío XII terminaba el modelo heredado de tiempos de la Contrarreforma, caracterizado por una Iglesia con fuerte presencia, visible y combativa. Este modelo prevaleció durante los siglos que siguieron al Concilio de Trento (1545-1563). La Iglesia surgida después de la Reforma protestante se abocó hacia dos tareas: por un lado, el aumento de su visibilidad; y por otro, la salvación de las almas. Este último propósito era el único medio para evitar la condena eterna y la forma de lograrlo residía principalmente en la práctica sacramental. Los sacramentos, en su visibilidad, representaban un medio absolutamente necesario para ser católico y así salvarse. Además, se exigía profesar la doctrina de la fe y de la moral inculcada por el Magisterio de la Iglesia, al cual los fieles debían obediencia. De esta manera, la identidad de la Iglesia consistía en una comunidad de hombres reunidos mediante la profesión de la verdadera fe, la comunión de los sacramentos, sobre el gobierno de los legítimos pastores y, principalmente, del único vicario de Cristo sobre la tierra, el Santo Padre. Para que alguien pudiera ser declarado miembro de la Iglesia Católica no hacía falta ninguna virtud interior, bastaba con profesar exteriormente la fe y participar visiblemente de los sacramentos. La llegada de la modernidad encontró un duro rechazo en el Magisterio que respondió acentuando aún más su visibilidad sacramental, la universalidad de sus verdades dogmáticas y la estricta obediencia a la jerarquía. (Libânio, 2005a)

Este contexto se quiebra con la muerte de Pío XII. La Iglesia Católica entra en un enfrentamiento directo con la cultura moderna, dejándose cuestionar por ella y elaborando respuestas para sus problemas sobre una perspectiva dialógica. El Concilio Vaticano II se encuentra en ese viraje crucial de una Iglesia hasta entonces presa en las redes de la tradición premoderna que se propone dar un paso en dirección a la modernidad. (Libânio, 2005b:65)¹²

Según Libânio (2005a), el desmoronamiento del modelo eclesial vigente hasta ese entonces fue impulsado por factores tanto externos como internos de la Iglesia que permitieron abrir una escisión para la celebración del Concilio.

Factores externos de la realidad sociocultural

Las grandes guerras del siglo XX habían acumulado centenas de millones de cadáveres por causas bélicas. Europa terminó en ruinas materiales y espirituales. Salieron a la luz los crudos crímenes cometidos por el nazismo y el fascismo. La conciencia europea cayó en una gigantesca crisis de valores, de credibilidad, de verdad, de ética.

¹² Traducción propia.

Al mismo tiempo, en el plano económico se inició un proceso de resurgimiento económico jamás visto. Reinaba la euforia del progreso industrial y las riquezas nacionales crecían rápidamente de la mano del neocapitalismo. La economía de mercado triunfaba mientras que se imponía la racionalidad económica, aun bajo el control del estado de bienestar, de la presión de los movimientos sociales y de la Doctrina Social de la Iglesia.

Dos factores actuaban paradójicamente. De un lado, el abismo de miseria física y moral; del otro, la experiencia y una mentalidad de euforia de naturaleza materialista, de confianza en el modelo económico americano y su cultura. Y esa cultura ostentaba al mundo un régimen democrático, de separación entre Iglesia y Estado. (...). Vientos de esperanza venían del nuevo mundo y ya no de la vieja Europa. Se anunciaba dentro de la Iglesia Católica, hasta entonces fuertemente europea y romana, el declino del eurocentrismo. Corroborado por la oleada de descolonización en África y Asia, llegaba el fin del colonialismo. El Tercer Mundo ascendía al escenario de la historia. Reinaba un clima libertario (Libânio, 2005a:8-9)¹³

En el plano cultural, las ciencias, la autonomía del sujeto, el pensamiento histórico y la crítica a la religión por parte de la praxis marxista desafiaban una teología estancada por siglos en la escolástica, aferrada al argumento de la autoridad y en desdén de las ciencias y el empirismo.

Las ciencias deshicieron la imagen del mundo antiguo en el cual la fe y la teología se expresaban en magnitud. Era la imagen ptolemaica de universo. El cielo allá arriba, la tierra en el medio, y abajo, el infierno. Dentro de esa visión la imagen teológica forjó principalmente la escatológica. La nueva imagen nació de la influencia de científicos como Copérnico, Galileo Galilei y Newton, substituyendo por la matemática lo que hasta entonces era pensado bajo categorías de espacio localizable y regido por fuerzas divinas. La ciencia positivista moderna y la física matemática de Galileo y Newton destruyeron para siempre la venerable imagen del mundo que garantizaba a los hijos de la tierra un lugar privilegiado bajo el cuidado misericordioso de la divinidad. Se sustituía la autoridad de la Iglesia por la constatación científica.

Más próximo a los años conciliares, circulaban las teorías darwinianas de la evolución, amenazando la concepción que la teología hacía de los inicios, de la gracia y los pecados de la humanidad. Emergía de esa concepción un ser humano distinto de aquel colocado en el paraíso terrestre en la inocencia inicial, expulsado después por el pecado. En los comienzos, había un hombre muy próximo al animal en su violencia destructiva originado por olas evolutivas. Eran los primeros conflictos entre fe y ciencia que perduran hasta nuestros días. Sin embargo, el Concilio Vaticano II asumió la tarea de enfrentar tal problema y reinterpretar verdades de fe en el horizonte de las ciencias modernas.

Un segundo enfrentamiento se dio con la emergencia de la subjetividad. En pocas palabras, significó la toma de conciencia por parte del sujeto moderno de su libertad, autenticidad y autonomía que lo alejaban de la situación anterior de dependencia hacia las fuerzas de la naturaleza, las tradiciones familiares, religiosas y culturales. Ya no las acataba por sí mismas, sino que las hacía pasar por el filtro de su conciencia y experiencia. El existencialismo que rondaba en el ámbito académico se convirtió en una filosofía común de vivir y pensar. De esta manera, las verdades y valores que antes se imponían por la fuerza de la autoridad y de las tradiciones, eran fuertemente cuestionadas por las personas en base a su propia vivencia, gustos y placeres.

La historia también marcó el contexto cultural del Concilio rompiendo con la concepción estática de las formulaciones de las verdades dogmáticas y morales. La metodología histórica venía siendo empleada en varios campos del pensar moderno, generando cierta relativización de los conocimientos. Ese pensamiento histórico rompió con la rigidez de la escolástica mostrando que aquello que se pensaba como filosofía o teología perenne era fruto de un tiempo determinado.

¹³ Traducción propia.

Una cuarta ola inundó las playas de la Iglesia en las inmediaciones del Concilio. Venía de la segunda Ilustración que levantaba sospechas de alienación contra la actuación de la religión y las iglesias. La teoría marxista, a partir de la categoría de la praxis, hizo su gran entrada al pensamiento moderno, instituyendo la crítica ideológica en el interior del mundo religioso. Todavía no era la entrada de la teología de la liberación, que únicamente acontecería terminado el Concilio. Sin embargo, en Europa, antes del Vaticano II, sobre la forma del progresismo se gestaba un pensamiento crítico hacia las posiciones ideológicas conservadoras del cristianismo en el campo de la política. El progresismo nació con la revolución operaria, con un mundo popular rechazado y sufrido, mientras la Iglesia estaba ausente.

La conciencia de los cristianos fue tocada por esa realidad contrastante, lo que provocó grandes cuestionamientos teológicos: ¿Cómo interpretar esa realidad a la luz de la fe cristiana? ¿Cómo la Iglesia podría marcar su presencia en tales condiciones? ¿Cómo responder al enfrentamiento de la ideología marxista a punto de dominar las capas medias e inferiores de la sociedad?

Más allá de la crisis religiosa y ética, las dos grandes guerras trajeron una aguda desconfianza en relación a las instituciones dominantes, con repercusiones negativas para las religiones y las iglesias. Ya se anunciaba una secularización de las instancias religiosas y una subjetivización de sus formas. Después del Concilio, esa tendencia creció al punto de engendrar la teología de la muerte de Dios.

Factores internos de la Iglesia Católica

El condicionamiento sociocultural se imponía por fuera de la Iglesia y, mientras estuvo a su alcance, la jerarquía romana creó fuertes barreras para que sus fieles no fuesen afectados por esa realidad. Pío XII, en sus casi veinte años de pontificado, enfrentó ampliamente esos cuestionamientos en sus encíclicas e innumerables discursos, definiendo, con claridad, los límites de la ortodoxia dogmática y moral.

No obstante, esa problemática entraba a la Iglesia por la puerta de atrás. Desde el siglo XIX, y sobre todo, en la primera mitad del siglo XX, explotó una serie de movimientos internos - movimiento bíblico, movimiento litúrgico, movimiento ecuménico, movimiento de los laicos, movimiento social- cada uno de los cuales acarrea, a su manera, elementos de la modernidad que irían luego a condicionar profundamente al Concilio. Estas ideas se infiltraron de tal manera en la Iglesia de la Contrarreforma que, muerto Pío XII, la Iglesia parecía un navío que rebasaba aguas por todos lados. A finales de la década de los 50', dos tendencias se contraponían dentro de la Iglesia Católica: De un lado, una nítida resistencia a los embates de la modernidad; de otro, un penetrar de ésta en la Iglesia por la vía de los movimientos.

Ante semejante panorama, se esperaba que la Iglesia se dispusiera a reconstruir los escombros morales y religiosos dejados por las grandes contiendas, reconstruyendo un sólido edificio de garantía y referencia inquebrantable. Sin embargo, Juan XXIII se orientó en dirección opuesta a la más previsible e imaginable. Su anuncio sobre la convocación a un concilio causó sorpresa entre los cristianos y estupor entre los conservadores amantes del *status quo*, quienes se preguntaban las razones de un concilio. ¿Para qué citar a más de 2500 obispos si existe un Papa infalible que, con su sola palabra-, puede definir lo que hay que creer y la manera de vivir cristiana? El concilio, que había desempeñado un papel tan importante en otros tiempos de la historia de la Iglesia, aparecía innecesario en la actualidad. El Concilio Vaticano I (1868-1870), había definido con tal firmeza y amplitud el poder del Papa, que el imaginario católico consideraba la definición de la infalibilidad papal como el fin de la era de los concilios. Libânio indica que la respuesta a este inesperado cambio de rumbo en la historia se encuentra en un factor aleatorio: la figura de Juan XXIII

Es consensual afirmar que la personalidad de Juan XXIII fue decisiva, no simplemente porque él, materialmente, convocó el Concilio, sino también por el clima que él creó en la Iglesia en torno a la convocatoria. (...). No fue un hombre cualquiera que se enfrentó

con la herencia de Pío XII. Su muerte dejó un enorme vacío. El Colegio Cardenalicio, poco renovado, no parecía un semillero fértil para escoger un Papa para aquel momento en que se sentía, claramente, en el interior de la Iglesia, el embate de la cultura moderna tratando de imponerse y la tradición tridentina, resistiendo. (...)

La Iglesia del final del pontificado de Pío XII se mostraba cansada por causa del embate conducido por el Papa en defensa de la verdad dogmática, la moral y la disciplina, y los ataques vigorosos de la modernidad. Ese sentimiento pareció dominar el Colegio Cardenalicio que eligió un anciano de 77 años con poca expectativa de vida para ofrecer a la Iglesia un tiempo de transición. La sabiduría romana optó por la espera. Nada mejor que escoger un papa de transición, anciano, que no tuviera muchas energías para emprender una tarea gigantesca, exigida para un mundo que emergía de una terrible guerra mundial con sus valores fundamentales abatidos. (...). Sin embargo, en ese momento entró la imprevisibilidad de la historia con una personalidad que no se intimidó en sustituir a Pío XII, ni continuó con su modo sagrado de gobernar la Iglesia. Rompió el hielo romano de manera simple y humana, pasando de ser un papa de transición, al papa de la transición de la Iglesia de los tiempos premodernos a la modernidad. (Libânio, 2005a: 18-19)¹⁴

A pesar de haber heredado una maraña de cuestiones teológicas, morales, pastorales y disciplinarias a la espera de respuestas, Juan XXIII se alejó de la vida romana tradicional caracterizada por dar soluciones autoritarias por medio de las encíclicas. Frente a las tensiones, a las corrientes opuestas, a las fuerzas antagónicas, que atravesaban a toda la Iglesia, se rehusó a tomar posición únicamente a partir del centro romano. La conciencia de la gravedad de esa situación y de la humilde convicción de necesitar ayuda de sus hermanos del episcopado para encontrar soluciones, lo llevó a convocar el Concilio.

Aquí apareció la novedad de su pedagogía: transferir al Concilio el lugar de discusión de manera libre, amplia y con contribuciones de todas las partes del mundo, en lugar de concentrarlas en los recintos cerrados de la Curia Romana. En otros tiempos, Pío XII permitió que las novedades entraran en la Iglesia. El escenario y la decisión, no obstante, eran suyos. Pío XII abrió algunas puertas para la modernidad, pero sólo las que él quería; y quien osase a abrir otras, era castigado. Juan XXIII modificó esta forma de actuación al permitir que toda la Iglesia participara en las propuestas para abrir nuevos caminos a la modernidad. Y, como fueron muchas, las luces de la modernidad invadieron el recinto eclesial. En otras palabras, el contenido y la forma de proceder de Juan XXIII fueron modernos.

El Concilio Vaticano II

El Vaticano II es uno de los concilios más revolucionarios de la historia, tras los dos anteriores: el de Trento, que condenó la Reforma protestante, y el Vaticano I, que proclamó el dogma de la Infalibilidad del Papa; ambos de signo contrarrevolucionario. Fue, sin duda, uno de los acontecimientos socio-religiosos más importantes del siglo XX por sus repercusiones no sólo en el terreno religioso, sino también en el cultural, político y social, en sintonía con las transformaciones producidas durante aquella década de alta temperatura utópica en la esfera internacional.

El Concilio fue un esfuerzo de apertura y *aggiornamento* que comportó un cambio de paradigma en la ubicación de la Iglesia frente a la sociedad del siglo XX. El mundo ya no es visto como enemigo del alma, junto al demonio y la carne, y como lugar de condenación, sino como “escenario de salvación”. El rechazo hacia lo mundano es sustituido por el compromiso para la transformación de la sociedad. El Vaticano II marca el final de la cristiandad triunfante considerada hasta entonces la única forma válida de encarnar el cristianismo en la historia y consustancial a la Iglesia católica. La asamblea conciliar valoró positivamente el fenómeno de la secularización, que venía gestándose en Europa y defendía la autonomía de las realidades temporales y los avances de la civilización moderna. También se ponía fin a una

¹⁴ Traducción propia.

larga etapa condenas contra la modernidad y se abría el camino para un diálogo en varias direcciones: con la descreimiento en sus diferentes manifestaciones: ateísmo, agnosticismo e indiferencia religiosa; con el pensamiento crítico, que se incorporaba a la reflexión teológica; con las iglesias cristianas no católicas, con las que inició un fecundo proceso de aproximación; con las religiones no cristianas, a las que reconocía como caminos de salvación.

El Concilio defendió los métodos histórico-críticos para el estudio de la Biblia, la hermenéutica en la interpretación de los textos sagrados, las ciencias humanas y sociales para un mejor conocimiento de la realidad, y el pensamiento crítico para liberar la vida religiosa de un concepto mágico del mundo y de residuos supersticiosos. Otro de los cambios importantes en el Concilio, fue la presencia de obispos de todo el mundo, sobre todo, de obispos del llamado “tercer mundo”. La Iglesia Católica, hasta ese momento, tenía una presencia predominantemente europea en su cúpula organizativa y la incorporación de estos últimos, también significó un profundo avance.

En el campo de la comunicación, el Concilio Vaticano II representa también un cambio de perspectiva. Spoletini (2004) denomina a esta nueva etapa inaugurada con Juan XXIII como el “período de reflexión teológica”, dado que en él comienza a vislumbrarse visión positiva y optimista de la Iglesia frente a los medios. Comienza a reconocerse la autonomía de los medios de comunicación social y la libertad de expresión, de información y de opinión pública. El momento más significativo de esta etapa se produce en el marco del Concilio Vaticano II, con la publicación del Decreto Conciliar *Inter mirifica* (1963).

7.3.1 ANÁLISIS DECRETO CONCILIAR *INTER MIRIFICA*

El documento conciliar *Inter mirifica* tuvo una larga preparación hasta su final aprobación por el Consejo y su promulgación oficial por Pablo VI en diciembre de 1963, al final del segundo período del Concilio. Su borrador -“Esquema de la Constitución de los instrumentos de comunicación social”- fue preparado en conjunto por miembros del Consejo Pontificio para el Cine, la Radio y la Televisión y la Secretaría para la Prensa y la Moderación de los Espectáculos -todos ellos prelados y religiosos-, y enviado a los participantes del Concilio antes de su apertura en octubre de 1962. El documento de 40 páginas combinaba las enseñanzas de las encíclicas papales sobre el tema de los medios de comunicación social con recomendaciones conciliares.

El decreto *Inter Mirifica* fue uno de los decretos menos discutidos durante el Concilio. Su esquema fue debatido por la Comisión para el Apostolado Seglar en solamente dos días y medio durante el primer período del Concilio. En verdad, varios de los miembros de la Comisión dudaban si semejantes asuntos prácticos y tan alejados de las cuestiones teológicas fuesen realmente apropiados para un decreto de un concilio ecuménico, más allá de su importancia en la vida de las personas. (Tanner, 1995)

Durante el debate formal, la naturaleza y las intenciones del esquema fueron el foco de las controversias. Algunos participantes sostenían que el documento era excesivamente optimista y recomendaban dar más atención a los males del cine y la televisión; otros, en cambio, pensaban que el esquema estaba demasiado enfocado en los peligros de los medios y, en consecuencia, fracasaba en la descripción de la potencialidad de las técnicas de difusión para el bien de la sociedad.

El debate fue, en general, discontinuo. La mayoría de los disertantes se detenía en generalidades, tal vez como consecuencia del tiempo limitado y la brevedad de las intervenciones. Hubo mucha repetición. En verdad, había poco entusiasmo para llevar el debate más lejos o profundizar en los asuntos. Por esta razón, no hubo oposición, cuando las autoridades conciliares dieron por finalizada la discusión. Se resolvió entonces, por basta mayoría que a) el esquema era aprobado en sustancia; b) que la Comisión del Apostolado Seglar basándose en las disertaciones y comentarios debía componer un texto más breve que

preservase los elementos básicos del presente esquema; y c) que los asuntos referidos a la implementación práctica fuese tratado bajo la forma de una instrucción pastoral para ser delegada a una comisión pos-conciliar.

Durante el primer intervalo, el texto fue sintetizado a un cuarto de su extensión y se introdujeron algunas enmiendas conforme a las ideas surgidas en el debate. El resultado, un texto bastante similar al promulgado, fue distribuido a los participantes en los comienzos del segundo período. A pesar de las numerosas oposiciones¹⁵ que el decreto recibió durante el segundo período, fue aprobado durante la última sesión con 1960 votos a favor y 164 en contra, pasando a ser el documento conciliar de menor aceptabilidad. (Tanner, 1995)

INTRODUCCIÓN

Como en todo documento eclesial de cierta envergadura, el tono del exordio es de suma importancia pues allí se fundan las bases de la valoración posterior que se proyectará a lo largo de todo el texto. En este caso sugiere un mensaje optimista:

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. (nº 1)

La categorización de los medios en tres niveles revela una triple valoración: La primera, como inventos de la técnica que tienen su origen en Dios y que permiten el progreso humano. La segunda, como inventos de la técnica que sirven a la promoción de los valores humanos y la comunicación entre los hombres y que, por ende, merecen por parte de la Iglesia no sólo una positiva acogida sino el desafío de su promoción. Por último, como inventos de la técnica que sobrepasan los niveles de comunicación interpersonal e intergrupales influyendo en toda la sociedad. Es decir, que si maravillosos son los inventos humanos del progreso, más aún son los de la comunicación, y más aún todavía son los de la comunicación social.

Cabe destacar la utilización de la expresión “medios de comunicación social” en el primer párrafo del decreto para designar a “el cine, la radio, la televisión y otros similares”. En las deliberaciones conciliares se decidió que este término sería el utilizado tanto en los documentos del Magisterio como en toda la jurisprudencia eclesial, descartándose otros como mass-media, espectáculos, técnicas de difusión, medios audio-visuales, etc. En el entendimiento de la Comisión, la expresión “medios de comunicación social” indicaba mejor el origen y propósito de estas técnicas, su instrumentalidad para conducir los contenidos espirituales entre las personas y su poder dentro de la sociedad. (Eilers, 2009:10)

Otro elemento de suma importancia en este primer párrafo es la expresión “y otros similares” al finalizar la lista de los medios de comunicación social. Esta definición engloba todas las formas de comunicación tradicionales, tanto verbales como no verbales, y deja las puertas abiertas para posibles nuevos desarrollos en el campo tecnológico.

¹⁵ Antes de la votación final del esquema, se hicieron varios intentos para influir en los procedimientos. Los mismos se centraron alrededor de dos peticiones para modificar el texto. La primera, emanada por un grupo de periodistas americanos que cubrían el Concilio; y la segunda, firmada por un grupo de padres conciliares. Incluso, una vez aprobado el decreto, también hubo tentativas para derogarlo o someterlo a revisión. (Tanner, 1995:101-103).

El decreto, de manera similar que en los otros documentos analizados, prosigue señalando la dualidad de los efectos de los medios de comunicación social:

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. (nº 2)

El razonamiento inductivo, por tanto, plantea el discernimiento de la ambivalencia de los medios, ya característico del Magisterio precedente, aunque con algunas matizaciones importantes respecto a los subjetivismos empleados. A diferencia de las encíclicas anteriores que representaban los peligros a través de metáforas de la enfermedad, de la destrucción y del pecado; aquí el término empleado para designar los efectos negativos es “prejuicios”, una palabra aparentemente neutral que no connota más negatividad que la denotada. Asimismo, el término va acompañado por la metáfora de una madre angustiada para ilustrar el estado de ánimo que el “mal uso” de los medios provoca en la Iglesia.

Siguiendo también la misma estrategia argumentativa que en las anteriores encíclicas, la presentación de la ambivalencia de los medios sirve como puntapié para legitimar el accionar de la Iglesia en el asunto. Por un lado, el argumento de los efectos negativos justificará la preocupación de la Iglesia, Por otro lado, el argumento de los efectos positivos respaldará la necesidad de aprovechar estas técnicas en su misión apostólica.

De esta manera quedan planteados los propósitos del decreto:

- 1- Tratar las principales cuestiones relacionadas a los medios de comunicación social
- 2- Aprovechar los medios de comunicación social para no sólo la salvación de los fieles, sino también al progreso de todo el género humano.

En este último propósito se reitera el argumento del bien común, la Iglesia no sólo actúa en pro de sus objetivos, sino de la humanidad por entero.

CAPÍTULO I

El primer capítulo, que no tiene subtítulo para indicar su contenido, comienza estableciendo sintéticamente la justificación teológica de la comunicación en la Iglesia. Conforme a la misión asignada por Jesucristo, el hijo de Dios, al fundarla, la Iglesia tiene el deber de llevar al mundo la palabra de salvación; tarea que en la actualidad no podría ser llevada a cabo íntegramente sino a través de las técnicas de difusión. Esta argumentación escalonada se ilustra en el siguiente esquema:

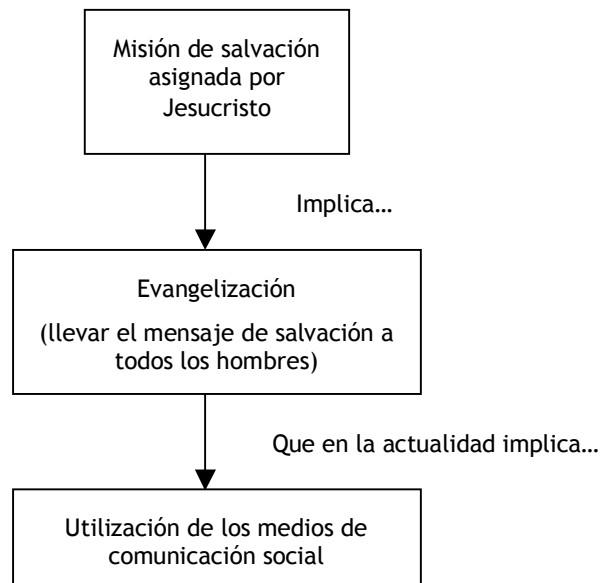


Figura N° 6: Estructura argumentativa *Inter mirifica* - El porqué de la comunicación en la Iglesia

Apoyado en esta misión divina, el autor¹⁶ desprende el derecho originario del que goza la Iglesia en el ámbito de los medios de comunicación social: “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” (n° 3). Este derecho fundamental también es mencionado en la Carta Encíclica *Miranda prorsus* empleando el mismo encadenamiento de ideas y el fundamento teológico como regla general. Sin embargo la novedad del decreto se encuentra en las obligaciones que el derecho comporta. En *Miranda prorsus* se mencionaban únicamente los deberes de las autoridades civiles y de los fieles de realizar los mayores esfuerzos posibles para facilitar el acceso de la Iglesia en el discurso público. Aquí, en cambio el primer deber que aparece, hace referencia a la propia Iglesia Católica, quién a través de sus pastores debe guiar a los fieles a alcanzar la salvación. La omisión de los deberes del gobierno para con la Iglesia y el foco en las propias responsabilidades para garantizar/cumplir este derecho podría interpretarse como un indicio de la aceptación por parte de la Iglesia de su separación con el Estado y, en consecuencia, de la aceptación de los Estados laicos.

El segundo deber mencionado, es el de los fieles, quienes deben “vivificar con espíritu humano y cristiano estos medios para que respondan plenamente a las grandes expectativas de la sociedad humana y al plan divino” (n° 3). Esta definición normativa tan general es especificada en el párrafo siguiente donde se establece que para el recto uso son necesarios dos elementos:

- el conocimiento y aplicación de las normas de orden moral
- la consideración de estas normas según el fin, las personas, el lugar, el momento y la naturaleza de los medios y su poder de influencia en la sociedad.

En estas palabras, se presentan las líneas fundamentales de lo que para el Magisterio consiste una ética de la comunicación social a través de dos principios: a) el campo de la comunicación no es ajeno a “las normas de orden moral”, y b) dicha normalización moral ha

¹⁶ En el análisis de este decreto la expresión “el autor” se utilizará para designar al colectivo responsable de la elaboración del esquema inicial y sus posteriores enmiendas.

de partir de una reflexión ética que tenga en cuenta la “especial naturaleza de los medios”, con todas sus características. Este último principio es de suma importancia pues representa una novedad respecto del Magisterio anterior. Es la primera vez, que las normas morales no son presentadas en términos absolutos y estables sino que, por el contrario, su aplicación para el discernimiento de un uso correcto/incorrecto de los medios queda condicionada por las circunstancias que rodean a los procesos de comunicación. En otras palabras, la competencia moral no es suficiente para absolver o condenar una obra de comunicación. Una película, por ejemplo, no puede ser tachada de inmoral únicamente porque su contenido trate un tema inmoral; se hace necesario tener en cuenta el lenguaje cinematográfico, el fin, las personas, el lugar, el tiempo. Todos estos elementos pueden modificar o inclusive cambiar el valor moral del contenido. La razón de este cambio de perspectiva en la Iglesia podría ser interpretado como una expresión indirecta de una de las ideas claves en el Concilio en materia teológica: la autonomía de las realidades temporales.

Otro elemento importante aquí es la inclusión de la naturaleza de cada medio como aspecto a tener en cuenta en las reflexiones éticas de la comunicación. A diferencia de las anteriores encíclicas analizadas, el foco de atención ya no se centra exclusivamente en los contenidos de los mensajes, sino que se extiende a los canales por medio de los cuales estos contenidos circulan. Esto implica un trascendental avance en las teorías de comunicación subyacentes al razonamiento de los autores de este decreto, en especial en lo relativo a las enseñanzas aportadas por la famosa frase de Marshall McLuhan: “El medio es el mensaje”.

En los párrafos siguientes se mencionan las cuestiones más relevantes en los medios de comunicación social sobre las cuales, el autor considera que los interesados deberían reflexionar. Esto respondería al primer objetivo del decreto: “tratar las principales cuestiones relacionadas a los medios de comunicación social”.

La primera cuestión señalada es el derecho a la información, justificado por las necesidades de la sociedad contemporánea y presentado como garantía del bien común y del desarrollo social. Sin embargo, este derecho no es absoluto sino que su ejercicio, tanto en la búsqueda como en la divulgación de la información, se establece supeditado al principio de verdad en lo que respecta a los contenidos y al respeto de las leyes morales en lo relativo al modo. El reconocimiento de este derecho constituye un importante avance, dado que su afirmación comporta una mayor responsabilidad por parte de la Iglesia para garantizar su cumplimiento y un principio por el cual regir sus comunicaciones tanto interna como externamente.

La segunda cuestión contempla las relaciones del valor artístico con el valor moral, cuestión que ya fue tratada en *Miranda prorsus* y que de la misma manera, se resuelve estableciendo una jerarquía de valores en la que el orden moral se presenta en la cúspide de la pirámide, por encima de cualquier otro valor. El argumento utilizado para defender esta primacía absoluta es nuevamente, el fundamento teológico: únicamente la observancia del orden moral conduce al hombre a la salvación. Asimismo, la postura contraria en defensa del valor artístico es deslegitimada declarando que su origen corresponde a “falsas doctrinas sobre la ética y la estética”. (nº 6)

La tercera y última cuestión abordada por el autor es la opinión pública. Según su razonamiento, dado su poder de influencia en la sociedad esta opinión debe también supeditarse a las cuestiones de orden moral.

El mecanismo de persuasión utilizado en estos párrafos corresponde por un lado al nivel de las estructuras semánticas, en la selección de los temas sobre los cuales los usuarios se deben instruir; y por otro, al nivel de los significados locales, en la valoración que el autor hace de dichos asuntos: “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” (nº 5). La elección de las cuestiones a ser tratadas y su forma de presentación -como asuntos de carácter urgente y relevante- permiten al autor orientar la atención de sus interlocutores hacia determinados aspectos de los medios de

comunicación social en detrimento de otros. De este modo, el autor logra destacar el significado preferido de los asuntos abordados - la cuestión moral como ideal- y controlar la comprensión sobre cómo debe ser ejercido el derecho a la información, cuáles los principios que deben regir las valoraciones de los contenidos mediáticos y cómo debe ser la opinión pública, influyendo así en la formación de los modelos mentales de los receptores.

En todas estas cuestiones la estrategia empleada por el autor para persuadir acerca de la universalidad de sus proposiciones es siempre la misma. Partir de una verdad compartida o socialmente aceptada - la importancia de la información, del arte, de la opinión pública- para luego introducir casi imperceptiblemente los preceptos de la Iglesia como derivaciones naturales del recto funcionamiento de las cuestiones abordadas.

A partir de estas cuestiones el documento se propone sugerir un coronario de aplicaciones concretas del recto uso de los medios a los diversos grupos sociales relacionados con la comunicación, ya sean los destinatarios o usuarios, ya sean los sujetos activos como comunicadores, ya sean las autoridades públicas.

- A los lectores, espectadores y oyentes se les exhorta a ejercer una recta elección en los contenidos que consumen, entendida como aquella elección que destaca la virtud, la ciencia y el arte en detrimento de lo que se constituya como una causa de daño espiritual, perjudique a otros o dificulte las buenas informaciones. Asimismo, para formarse un recto criterio de elección, los fieles tienen la obligación de informarse acerca de los juicios emitidos por la Iglesia Católica sobre el campo de los medios de comunicación social

- A los destinatarios más jóvenes se les pide “acostumbrarse a la disciplina y a la moderación en el uso de estos medios” y a discutir los visto y/o escuchado con sus responsables.

- Al los padres se les recomienda vigilar los contenidos mediáticos que sus hijos consumen tanto dentro como fuera del hogar.

- A los 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 les corresponde: a) abordar las noticias y materias de modo que no resulten contrarias al bien común; b) crear agrupaciones profesionales y códigos éticos para facilitar su tarea; c) tener en cuenta sus responsabilidades frente a una audiencia mayoritariamente joven y; d) delegar los temas relativos a la religión a expertos.

- A la autoridad civil se le exhorta a: a) defender y asegurar la verdadera y justa libertad especialmente en lo relativo a la prensa; b) fomentar la religión, la cultura y las bellas artes; c) promulgar leyes y ejecutarlas contra el mal uso de los medios.

Estos deberes son introducidos por el autor en forma de máximas (Marafioti, 2005:43), como aserciones simples que al enunciarlas se manifiestan como verdades dado a que apuntan a lo general y se refieren a lo que debe ser elegido y evitado. Los mecanismos por los cuales estas máximas se vuelven persuasivas sin tener una argumentación explícita pueden ser justificados:

- 1) por la fuerza perlocutoria de las aserciones del locutor que provoca en sus palabras una veracidad espontánea.
- 2) por tratarse de un entinema “incompleto” en el que el auditor agrega mentalmente la “justificación” general sobreentendida: “es lo mejor para el bien común”.
- 3) por la suma implícita de las experiencias de los diversos grupos que parecen cristalizadas en este ámbito determinado de la acción humana donde, precisamente, trae a colación la experiencia y la prudencia, haciendo innecesaria la enunciación de pruebas. Las máximas representan lo universal y lo necesario.

Cabe señalar que la enunciación de estas máximas presupone un punto de partida que goza de la adhesión de la audiencia. Este acuerdo de base, constituido por una verdad -la concepción católica- y todas las verdades que de ella se desprenden, como la posición y autoridad de la

Iglesia dentro de la comunidad, permiten al autor presentar sus puntos de vista sin necesidad de recurrir a demasiadas argumentaciones. Esto es, el discurso religioso goza de una legitimación *a priori* lo que garantiza la aceptación de expresiones de “una verdad” como sinónimos de “la verdad”.

CAPÍTULO II

El segundo capítulo, que tampoco posee un titular descriptivo, se enfoca más detalladamente en los medios de comunicación social católicos y en su rol para la construcción de la Iglesia y la propagación del mensaje evangelizador.

Los primeros párrafos están destinados a movilizar a los miembros de la Iglesia, tanto a las autoridades eclesiásticas como a los fieles, para propiciar la tarea evangelizadora a través de las técnicas de difusión. Se los exhorta a través del apelativo “Todos los hijos de la Iglesia, de común acuerdo” creando un lazo de solidaridad y proximidad motivado por su común pertenencia institucional. El modificador indirecto “de común acuerdo” enfatiza el carácter vocacional de dicha pertenencia. Esto es, se pertenece a la Iglesia no porque uno ha sido forzado sino porque se ha adherido voluntariamente, lo que implica en estos miembros una mayor responsabilidad y compromiso para con las tareas apostólicas. A partir de del empleo de adverbios y modos verbales imperativos, el autor construye discursivamente la urgencia y la importancia de la intervención práctica por parte de la Iglesia en el campo de los medios:

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. (nº 13)

En estos párrafos también se advierte claramente el interés positivo y proactivo de la Iglesia hacia los medios de comunicación social, característico de este decreto. A diferencia de las anteriores encíclicas donde se proponía intervenir para revertir un estado de situación, aquí la intervención está motivada para emplear los medios de comunicación como instrumento para la consecución de sus fines apostólicos. La utilización del verbo “anticiparse” sugiere una rápida acción por parte de la Iglesia Católica para ser ésta la primera en sentar doctrina sobre el recto uso de los medios antes que otras “iniciativas perjudiciales” propaguen usos indebidos.

Justificada esta urgencia, a partir del tercer párrafo se apela a la implementación de acciones a fin de promocionar el catolicismo, discriminando según la técnica de difusión. La modalidad de frase predominante es la imperativa.

a) Para la prensa:

- Fomento de la prensa honesta
- Creación y desarrollo de una prensa católica
- Fomento de la prensa católica en los fieles

Dentro de estas pautas, cabe destacar uno de los objetivos enunciados para la prensa católica: influir en la opinión pública:

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. (nº 14)

A pesar de que el poder de tal iniciativa podría ser evaluado como insuficiente en vistas a la cantidad de lectores dispuestos a consumir prensa católica, el valor de esta propuesta reside por constituirse como un nuevo indicio de la proactividad de la Iglesia en su relación con la esfera mediática. Ya no se trata de obtener acceso al discurso público por medio de la prensa secular, sino de crear una prensa propia capaz de difundir la doctrina católica en vistas de influir en la opinión pública. Subyacente a esta idea, se encuentran explícitas y sobreentendidas varias premisas que revelan el estado de conocimiento alcanzado en los años 60' en el campo de las teorías de comunicación:

- la importancia de la opinión pública.
- los efectos de los medios en la construcción de la realidad social y su carácter acumulativo.
- las distorsiones que se originan en las fases productivas de la información y sus consecuencias en la imagen de la realidad.
- el mayor poder de la prensa para influir en la opinión pública, respecto de otros medios. (Nótese que el tema de la opinión pública únicamente es tratado en el apartado que hace referencia a la prensa escrita y no así en el cine, la radio y la televisión).

b) Para el cine:

- Promoción de la producción y exhibición de películas
- Ayudar y coordinar iniciativas y recursos de productores y distribuidores honestos
- Recomendaciones, elogios y premios a las “buenas” películas
- Fomento de las salas pertenecientes a empresarios católicos y hombres honrados

En estas directrices también se observa un cambio de actitud respecto a las enunciadas en los documentos anteriores. Desaparece la censura y las listas de clasificación moral para las proyecciones cinematográficas. La influencia de la Iglesia en el cine se limita a recomendaciones y apoyo a las producciones moralmente buenas.

Asimismo, cabe destacar que entre los propósitos que aparecen justificando la promoción del cine no se hace ninguna mención a la formación moral de los espectadores sobre la que tanto se insistía en *Vigilanti cura*. Por el contrario, esta directriz está relacionada exclusivamente con el ocio y el entretenimiento: “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” (nº 14). De manera implícita, aparece reflejado el papel social asignado al cine -como entretenimiento- a partir de la popularización de la televisión.

c) Para la radio y la televisión

- Apoyo a las emisiones radiofónicas y televisivas honestas
- Fomento de las emisiones católicas
- Promoción de emisoras católicas

En los párrafos siguientes aparece un segundo grupo de propuestas pastorales en relación a la formación católica para el uso de los medios. Se exhorta a autoridades eclesiásticas, laicos y profesionales relacionados con el mundo de la comunicación social a adquirir competencias técnicas y conocimientos religiosos para volver más eficaz su tarea. También se recomienda la

multiplicación de instituciones - escuelas, facultades, institutos- para la formación de estos grupos en la doctrina social de la Iglesia. En estas indicaciones para el ámbito pastoral también se revela una dosis de novedad. Para el correcto empleo de los medios en la Pastoral de comunicación, la posesión de conocimientos cristianos presentes en abundancia en sacerdotes, religiosos y laicos no es suficiente, sino que es una competencia que requiere formación profesional. Esta mentalidad excluye una presunta competencia carismática ligada a una cualidad u oficio en ámbito eclesial y apela a la necesidad de una competencia adquirida: “Para poder llevar a cabo con eficacia iniciativas católicas en la prensa, en el cine, en la radio o en la televisión “han de formarse oportunamente sacerdotes, religiosos y también laicos que cuenten con la debida competencia para dirigir estos medios hacia los fines del apostolado”. (nº 15)

Más adelante, a través de procedimientos sustitutivos, se establece la obligación de los fieles de aportar recursos económicos para la puesta en acción de las directrices mencionadas anteriormente. La estrategia de argumentación utilizada es la pragmática: se ponderan y contrastan dos posibles resultados según se cuente o no con esta ayuda financiera: En el primer caso, las consecuencias son positivas, puesto que permitiría “divulgar y defender la verdad y promover la formación cristiana de la sociedad humana”. Por el contrario, en el caso de permanecer los fieles apáticos a esta solicitud, actitud que es catalogada como “indigna”, “la palabra de salvación se vería amordazada y obstaculizada por las exigencias técnicas o los gastos monetarios”. (nº 17)

El tercer gran grupo de propuestas pastorales incumbe directamente a la jerarquía de la Iglesia:

- Instauración de una jornada mundial de la comunicación social para la sensibilización pastoral y el apoyo económico a las instituciones e iniciativas promovidas por la Iglesia en este campo.
- Ampliación de los deberes y competencias del Consejo Pontificio para el cine la radio y la televisión a todos los medios de comunicación social.
- Incorporación de expertos de diferentes países y laicos a dicho organismo.
- Formación de secretariados nacionales para la prensa, cine, radio y televisión.
- Coordinación internacional de las iniciativas nacionales en el campo.
- Publicación de instrucción pastoral a cargo de la Santa Sede, con la ayuda de peritos de diferentes naciones para el cumplimiento de los principios y normas establecidos en el decreto

Cabe destacar en estas propuestas la importancia otorgada a la colaboración de expertos y laicos en la acción pastoral de la Iglesia sobre los medios. Implícitamente, estas consideraciones junto a las referentes a la formación profesional, van dibujando a la Iglesia como una institución menos hermética y más dispuesta al diálogo y a la colaboración de agentes externos a los recintos eclesiásticos.

7.3.2 CONSIDERACIONES FINALES DECRETO CONCILIAR *INTER MIRIFICA*

El Decreto Conciliar *Inter mirifica*, a pesar de las críticas recibidas y su corta extensión, representa un gran paso en el cambio de perspectiva de la Iglesia Católica en su relación con los medios de comunicación social, cambio que ya venía gestándose desde la encíclica *Miranda prorsus*. La Iglesia, que había preferido atacar la inmoralidad de los medios a través de comentarios y campañas moralizantes, reconoce ahora el uso de la prensa, el cine, la radio y la televisión como instrumentos para su propio uso, al punto de ser declarado éste como un deber pastoral ordinario.

En este documento se dejan claramente asentados los dos objetivos de la Pastoral de la Iglesia en el ámbito mediático: el “instrumental” -servirse de las técnicas de difusión para evangelizar- y el “educativo” -enseñar su recto uso tanto a emisores como a receptores. Los medios de comunicación social de difusión quedan, de esta manera, incorporados de forma autónoma pero complementaria al resto de los modos tradicionales de predicación, como son el púlpito, la catequesis o la docencia.

Sin embargo, una valoración equilibrada del documento refleja que antes que sus contenidos, su principal valor reside en su existencia: es la primera vez que la problemática de la comunicación se instaure como tema de debate en un concilio ecuménico universal. Asimismo, también es la primera que el tema merece la publicación de un decreto conciliar. De esto se deduce la gran importancia concedida al campo de las comunicaciones por parte de la Iglesia Católica.

Otro aspecto valioso del documento fueron sus repercusiones pastorales. El mismo representó un fuerte estímulo para futuras reflexiones y acciones en el campo mediático. La creación de secretarías, la instauración de la Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales y la publicación de Instrucción pastoral *Communio et Progressio* (1971), son algunos ejemplos de ello.

En la práctica, la utilización de los medios para la acción pastoral supuso una mayor participación del laicado en la actividad católica y la creación de nuevos canales y alternativas de comunicación que ofrecieron en muchos lugares del continente un contacto más directo con campesinos y comunidades alejadas. Nuevos canales de diálogo también entre la misma jerarquía eclesiástica se hicieron posibles gracias a esta reflexión, dándose como fruto de ello varios encuentros nacionales, regionales y continentales, que dieron como resultado un gran corpus doctrinal sobre el tema. (Simanca Castillo, 2005:87)

Además del aporte de las novedades señaladas durante el análisis de los capítulos, cabe destacar el tono y el estilo utilizados al enunciar las directrices y principios que garantizan el recto uso de los medios. Los mismos reciben un tratamiento más generalizado que en las anteriores encíclicas, donde se los supeditaba casi exclusivamente al cumplimiento de los objetivos eclesiológicos. En la mayoría de las veces, las directrices ya no se justifican como inferidas de la doctrina cristiana revelada por Dios, sino que se basan en el respeto a un “orden moral objetivo”. También, el empeño que deben poner los católicos en el uso de los instrumentos de comunicación social se refiere no sólo con fines explícitos de predicación, sino también con miras a contribuir en la promoción de los valores humanos. “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”. De la misma manera, las consecuencias negativas generadas por el incumplimiento de estos principios ya no se representan con metáforas del infierno ni con la pérdida de la gracia, sino como daños al orden social y al bien común. En resumen, no se habla únicamente de religión, sino del ámbito social en su totalidad -aunque, siempre partiendo de la fe y la visión cristiana. De esta forma, en este decreto se advierte una paulatina variación en la selección léxica que se va tornando secular; variación que también podría interpretarse como indicio del acercamiento de la Iglesia al mundo moderno y a otras confesiones religiosas que caracterizó al Concilio Vaticano II.

El Concilio renunció darle [a la Iglesia] una definición esencialista, abstracta para insertarla en la historia de la salvación. Y así, ella se entiende como compañera de las otras comunidades cristianas y no cristianas, de los humanistas que buscan la justicia y la paz. (...) Ella sale del centro de la historia de la salvación y pone, en su lugar, al Reino de Dios que es mucho mayor que ella y del cual ella es una señal, mas ni única ni exclusiva. (Libânio, 2005b:67)

De estas reflexiones se deduce una nueva actitud frente a los medios, por lo menos en la teoría, menos impositiva, moralista, paternalista y dogmatizante de lo que hasta ahora había sido.

Por otra parte, desde una perspectiva del análisis crítico del discurso, esta variación léxica y actitudinal podría explicarse como una nueva estrategia de legitimación ante un mundo cada vez más secular. El bien común se utiliza como argumento de respaldo para disfrazar las intenciones de la Iglesia, escondiendo las diferencias de valores y propósitos y haciendo que sus verdades sean la expresión de las verdades de todos.

7.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: TIEMPOS POSCONCILIARES

Durante el pontificado de Pablo VI (1963-1978) el binomio Iglesia y comunicación se afronta y profundiza en importantes textos del Magisterio, enriquecido con nuevas iniciativas y nuevos organismos. Conocido como el Papa del diálogo con el mundo moderno, Pablo VI llevó las riendas del Concilio y del post-concilio, siguiendo el camino iniciado por Juan XXIII y potenciando la acción de los periodistas católicos en el mundo.

El contexto intelectual del Pontificado de Pablo VI fue el más estimulante de la era de las comunicaciones. Es en los años '60 y '70 cuando las tecnologías de la comunicación son más que nunca objeto de estudio por parte de filósofos, sociólogos y psicólogos y por parte de escuelas que comienzan a reflexionar sobre el fenómeno de la sociedad de masa. Respecto a los avances técnicos, este período también se caracterizó por el desarrollo y la consolidación de los grandes medios de masas: prensa, cine, radio y televisión; es la época del incremento de la publicidad y de la producción musical. En 1962 se lanza el primer satélite de comunicación; en 1965 entra en funcionamiento el primer satélite geoestacionario y en 1967 tiene lugar la primera transmisión satelital en vivo.

Como contribución al desarrollo del decreto *Inter mirifica* -que hacía recaer sobre las instituciones de la Santa Sede varias de sus propuestas-, poco tiempo después de finalizado el Concilio Vaticano II, Pablo VI instituyó la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales y la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, renombrando la Comisión anterior, con el objeto de darle un carácter de perpetuidad y ampliar su ámbito de actuación. A esta Comisión se le encomendó la puesta en práctica de las resoluciones del Concilio en materia comunicacional, entre ellas la preparación de un documento que satisficiera las indicaciones establecidas en el decreto conciliar *Inter Mirifica*. En septiembre de 1964 es nombrado un comité de redacción y se da inicio a la elaboración del texto.

En mayo de 1971, luego de siete años de trabajo y de varias redacciones, es publicada la Instrucción pastoral *Communio et progressio*, considerada la carta magna del pensamiento y de la disciplina de la Iglesia sobre los instrumentos de la comunicación social. En su elaboración, los miembros de la Comisión trabajaron con diligencia para cumplir su cometido empleando las proposiciones conciliares acerca de la propia definición de Iglesia y su relación con el mundo moderno, teniendo en cuenta las leyes y reglas de los medios. Al mismo tiempo, intentaron relacionar la instrucción pastoral con la tradición que la Iglesia había establecido en tiempos anteriores al Concilio. El resultado fue un extenso texto de 187 párrafos que emplea y extiende todos los tópicos de *Inter mirifica* pero que difiere radicalmente del decreto en lo que respecta a su estilo y contenidos (Rolfes: 2007, 17).

7.4.1 ANÁLISIS INSTRUCCIÓN PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO*

El título, *Comunión y Progreso*, adelanta y enfatiza el propósito de la utilización de los medios de comunicación social en la consecución de aquel fin que constituye el misterio mismo de la Iglesia: fomentar la comunión y el progreso de los pueblos: “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”. (nº 1)

Los destinatarios directos de la instrucción son los obispos y las Conferencias Episcopales, a quienes explícitamente se les encomienda la puesta en marcha de la instrucción dentro de sus respectivas diócesis (nº 4). En segundo lugar, el documento se dirige a una audiencia general, casi universal: “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”. (nº 5)

PROEMIO

Además de indicar el objetivo de las comunicaciones sociales en la Iglesia, en el prólogo se establece la valoración de los medios como “dones de Dios” justificado por su potencialidad para cumplir con la voluntad divina de salvación.

También se indica la necesidad de un conocimiento más profundo del fenómeno de las comunicaciones sociales para un recto uso y de la puesta en práctica de las enseñanzas contenidas en la instrucción. Prosiguiendo las líneas del decreto *Inter mirifica*, se indica que las pautas deberán ser observadas siempre teniendo en cuenta las circunstancias de su lugar y momento de aplicación, y que en tal tarea deberá contarse con el apoyo de peritos, organismos diocesanos, sacerdotes, religiosos y laicos. Se reitera entonces la aplicación contextualizada de los principios doctrinales y reconocimiento del rol de los laicos en este importante sector de la actividad humana.

PRIMERA PARTE:

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

PRINCIPIOS DOCTRINALES

En este capítulo se define y se explica, doctrinalmente y por primera vez, la teleología de la comunicación social. A partir de la mirada cristiana, -“La comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social y de sus instrumentos” (nº 1)- se desarrolla una sólida argumentación fundada en las bases de la doctrina católica, en especial dentro de la perspectiva de la Teología de la Creación y la Historia de la Salvación.

A continuación se listan los argumentos que aparecen en la instrucción apoyando esta perspectiva de la comunicación:

- Teología de la Creación: Dios al crear al hombre a su imagen, le dio participación en su mismo poder creador para construir la ciudad terrena. El desarrollo de los medios de comunicación, al igual que el resto de los progresos técnicos, es entonces una respuesta al precepto divino de “poseer y dominar la tierra” y, en consecuencia, este desarrollo está en consonancia con “el plan de Dios Creador y Conservador de las cosas”. (nº 7)

-Teología sobre el misterio del pecado: El abuso de los medios, que genera discordia, enfrentamiento y el rompimiento de toda comunión, es ocasionado por el pecado.

- Soteriología: “Pero el amor de Dios a los hombres no soporta ser repudiado. El fue quien inició la comunicación con los hombres, empezando así la historia de la salvación y al llegar la plenitud de los tiempos se comunicó Él mismo con ellos: ‘El Verbo se hizo carne’. Cuando, por su muerte y resurrección, Cristo, el Hijo encarnado, a la vez Palabra y Imagen del Dios invisible, liberó a la raza humana, compartió con todos la verdad y la vida de Dios mismo con una nueva y mayor abundancia” (nº 10). Siempre que hay un diálogo, una comunicación entre dos seres libres, es necesario que uno de ellos tome la iniciativa. Fue Dios quien inició la comunicación con los hombres para redimirlos del pecado, como una libre oferta del Creador a su creación, iniciando la historia de la salvación. Cuando llegó la plenitud de los tiempos, Dios llevó al extremo su propuesta comunicativa enviando a su propio hijo, como palabra eterna. A diferencia de los profetas, Cristo no es un mensajero, sino el Verbo vivo del Padre. (Gomes, 2005:12)

- Cristología: “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” (nº 11). La palabra del Padre es colocada al nivel de los hombres a fin de que pueda ser entendida, puesto que, en todo proceso de comunicación entre los seres humanos, se hace necesario que haya condiciones objetivas que posibiliten su realización. La encarnación significa asumir un cuerpo y colocarse en la misma condición de aquel con el que se pretende dialogar. (Gomes, 2005:12)

- Misionología: “Después mandó a los discípulos que anunciaran la buena nueva a todos los hombres de toda edad y región, proclamándola ‘a la luz’ y ‘desde los tejados’” (nº 10). La comunicación de Dios por medio de Jesucristo que, al ser rechazada por el pueblo, ocasionó su muerte en la cruz, fue ratificada por la resurrección del crucificado. Este proceso comunicativo debe entonces continuar a través de la historia hasta la segunda venida de Dios. El diálogo debe permanecer. Él será confiado a los discípulos para testimoniar que Dios resucitó entre los muertos. (Gomes, 2005:14)

- Pneumatología: “Cristo nos comunicó su Espíritu Vivificador que es el principio de todo acercamiento y unidad” (nº 11). El Espíritu Santo, tercera persona del Santísima Trinidad, posibilitó primero a los apóstoles y, posteriormente, a la Iglesia recibir la comunicación de Cristo y transmitirla al mundo.

- Eclesiología: “Con la Iglesia, Cuerpo Místico de Cristo y plenitud misteriosa de Cristo glorificado, Él llena todas las cosas 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” (nº 11). La Iglesia es la presencia concreta de Cristo en la historia humana, encargada de continuar y mantener la comunicación. Es el testimonio vivo de que aquél que resucitó fue el mismo que antes había sido crucificado. Tal como Dios se comunicó en acciones concretas a favor del pueblo; tal como Jesús comunicó el misterio del Padre por medio de señales y gestos específicos en el medio del pueblo; también la Iglesia comunica a Dios por medio de su praxis. Por lo tanto, la Iglesia es la presencia de Cristo en la Tierra en cuanto realiza la misión de Cristo, que es la promoción de la unidad para la construcción del Reino dentro de un mundo conflictivo. (Gomes, 2005:15)

Esta minuciosa e inteligente interpretación de la comunicación entre los hombres como desprendimiento lógico del misterio de Dios permite absorber de forma discursiva y convincente una esfera autónoma de la realidad para incorporarla y someterla a la esfera eclesial y sus creencias. El fundamento teológico de la comunicación permite extender ampliamente los puntos de partida de la argumentación de la Iglesia sobre el fenómeno de las comunicaciones sociales aumentando, de esta manera, el carácter persuasivo de su discurso. Se podría decir entonces, que no es por acaso que los autores desarrollan esta fundamentación en la parte inicial del documento. Una vez entendidas las razones de por qué

las técnicas de difusión son dones Dios y por qué deben conducirse conforme a su plan, los autores dejan el terreno abierto para asentar con mayor libertad y mayor veracidad los principios que la Iglesia -como heredera de Cristo en la Tierra- establece en el campo comunicacional.

A través de esta extensa argumentación, la perspectiva de la Iglesia sobre los medios de comunicación social queda inserta y legitimada por cada una de las aristas que componen la doctrina cristiana. De esta forma, se construye un modelo mental en el que el fenómeno de las comunicaciones sociales tiene su origen y justificación en Dios y en el que, en consecuencia, las técnicas de difusión se convierten en medios divinos para lograr la unidad entre los hombres:

Entre los maravillosos inventos de la técnica 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. (nº 12)

Además de justificar la perspectiva de la Iglesia acerca del objeto de las comunicaciones sociales, la fundamentación teológica desarrollada legitima de manera implícita otras proposiciones:

- El derecho/deber de la Iglesia de comunicar su doctrina.
- La primacía de las comunicaciones de la Iglesia, en tanto presencia de Cristo en la Tierra.
- La existencia y funcionalidad de un modelo de comunicación asimétrico en el que, en lo que respecta a las “verdades eternas”, tienen derecho de voz solamente aquéllos autorizados por la gracia del Espíritu Santo: Cristo, los apóstoles y la Iglesia.
- La condena a todo tipo de comunicación que no contemple la comunión de los hombres como objetivo último.

SEGUNDA PARTE:

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL FACTORES DEL PROGRESO HUMANO

Sentadas las bases para una doctrina de las comunicaciones sociales, la instrucción se aboca al tratamiento de la realidad. Por un lado, en el análisis de la realidad mediática, por otro, en la proposición de medidas concretas por parte de las instituciones eclesiales.

CAPÍTULO I: Actuación de los medios de comunicación social en la sociedad humana

En el primer capítulo sobre “Comunicación social y progreso humano”, los autores comienzan listando las propiedades positivas de los medios en general, en cuanto a su funcionalidad y naturaleza:

- poder de congregación
- promoción del diálogo público
- difusión de noticias y opiniones
- participación de los hombres en asuntos de interés

- desaparición de las barreras de tiempo y lugar
- instantaneidad de la comunicación
- alcance mundial
- hombres más informados
- sociedades más educadas
- creación de mayor igualdad entre clases sociales

Señaladas estas funciones, los autores concluyen entonces, de forma inductiva, que los medios propician las condiciones necesarias para la mutua comprensión, la benevolencia y, en consecuencia, para el común progreso; conclusión que retoma y refuerza la tesis ya mencionada de la Iglesia sobre el objeto de los medios.

Cuando no cuestionables, resulta evidente que las propiedades citadas responden a un concepto ideal de comunicaciones sociales, e incluso de sociedad. Sin embargo, en ningún momento éstas aparecen supeditadas al “recto uso”. Por el contrario, son presentadas como desprendimientos naturales y objetivos de la existencia de los medios en una sociedad. Ello llevaría a pensar que, para la Iglesia -teniendo en cuenta tanto el origen divino como la forma de tratamiento recibido en este fragmento- la naturaleza intrínseca de los medios es altamente positiva.

No obstante, los autores logran un equilibrio al plantear las “dificultades” asociadas a los medios de comunicación social. Si bien a primera vista no queda muy en claro si estas propiedades negativas son intrínsecas a las técnicas de difusión o despenden de su incorrecto uso, la desaparición de los agentes a través de oraciones impersonales y la omisión de la cláusula “el abuso de los medios...” hacen que, implícitamente, se entiendan estas dificultades como inherentes a la naturaleza mediática.

La presentación de estos problemas se hace a través de preguntas de retóricas, como asuntos a resolver y cuya respuesta incumbe tanto a emisores como receptores. Merece la pena recoger aquí el elenco de las cuestiones puestas a debate (nº 21):

1. ¿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?
2. ¿Cómo se conseguirá que el pueblo, en una sociedad "pluralista", discierna con seguridad lo verdadero y lo falso, lo bueno y lo malo?
3. ¿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?
4. ¿Cómo se impedirá que un uso excesivo de los mismos ahogue la conversación y el trato personal en nuestra sociedad?
5. ¿Cómo se utilizarán estos medios sin que resulten dañadas las relaciones entre las personas, especialmente cuando la información se transmite por medio de imágenes?
6. ¿Cómo lograr que no aparten a los hombres de las realidades de la vida actual?
7. ¿Cómo se evitará que los hombres caigan en la desidia, en la pereza?
8. ¿Cómo hacer que una sollicitación constante de los sentidos no termine por imponerse al uso mismo de la razón?

Los temas puestos en consideración -cuya vigencia y debate aún se mantienen- dan cuenta de un minucioso estudio y una rica reflexión sobre los medios de comunicación social presente en el seno de la Iglesia. La forma en la que están introducidos estos problemas - a través de preguntas retóricas- permite identificar algunas posiciones implícitas de los autores en el asunto. El hecho de catalogar una cuestión como “problema”, comporta una preferencia

orientada en el sentido contrario a dicho estado de situación. Asimismo, instaurar un debate a partir de la proposición “¿cómo evitar que...?”, implica que el curso natural de los acontecimientos se encamina en dirección opuesta a la preferida. Utilizando dicho razonamiento, a continuación se listarán -respetando la numeración asignada- algunos de los sobreentendidos e implicaciones presentes en las problemáticas abordadas por la instrucción.

1. Existe una valoración objetiva de las noticias y una ponderación e interpretación correcta de sus contenidos que deben ser promovidas.
2. Los individuos de una sociedad “pluralista” poseen las mismas definiciones de verdad/falsedad y bien/mal.
3. La libre competencia y los deseos de popularidad generan y agravan los impulsos deshonestos de los hombres.
4. a) El uso de los medios puede liquidar las relaciones cara-a-cara.
b) El trato personal es mejor que y debe prevalecer sobre el trato mediatizado.
5. La comunicación audiovisual es más propensa a dañar las relaciones personales.
6. a) Los medios apartan al hombre de la “realidad”.
b) La realidad de la vida cotidiana tiene más valor que la realidad mediática.
7. El excesivo consumo de medios lleva al hombre a la evasión y a la pereza.
8. La razón debe prevalecer sobre el sentir.

Los autores destinan un párrafo aparte a la última problemática: “el descenso de la moralidad”. Sin dudas, por la forma en que está presentada, esta cuestión se establece como la de mayor envergadura en comparación con las anteriormente citadas. Ya no se habla de “dificultades”, sino de una “preocupación profunda”; no es una “posibilidad”, sino que “se percibe en muchos aspectos de la vida actual” y sus signos se “advierten fácilmente en todos los medios de comunicación social” (nº 21).

Sin embargo, la diferencia respecto al resto de los desafíos no reside únicamente en su magnitud y factibilidad, sino también en su origen controvertido. A diferencia de los otros problemas que eran considerados como propios de los medios, la baja en la moralidad no tendría un origen claro. Los autores señalan las diferentes posiciones que generalmente se asumen en este debate -resultantes del clásico debate de la sociología de los medios de comunicación entre determinismo tecnológico vs. determinismo social-, sin tomar un claro partido por ninguna, al menos explícitamente y por el momento.

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. (nº 22)

Lo que sí queda claro es que, a criterio de los autores, existe al menos una “parte indeterminada” de responsabilidad que podría ser asignada.

Con un “como quiera que sea” se da por finalizado el debate de la naturaleza de la inmoralidad y el foco de preocupación se pasa de los dudosos orígenes a la certeza de su presencia. Empleando la modalidad lógica de enunciación para indicar la verdad -“no puede negarse que...”- y la metáfora de la enfermedad para enfatizar dicha aseveración, se da lugar al asunto que sí importa, que sí es real, que sí es actual, y que, como consecuencia, merece una rápida respuesta: “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” (nº 21). Se repite, otra vez más, la misma estructura argumentativa problema/solución para legitimar la voz de la Iglesia en el ámbito de los medios. No obstante, a diferencia de los documentos anteriores, la Iglesia -presentada por la referencia léxica de persona “los pastores de almas”- no es la única que aparece aquí con la cura para el “asedio de los males”. La solución se presenta como un esfuerzo mancomunado entre los diversos actores sociales que desean el bien común.

Más adelante, los autores enumeran los ámbitos de principal influencia que los medios tienen dentro de las relaciones humanas. La intención explícita es llevar el conocimiento y la comprensión del cual derivará la superación de las dificultades.

La opinión pública

En este apartado los autores resaltan la importancia de los medios de comunicación social como el lugar por excelencia para la formación y transmisión de la opinión pública, una tesis ampliamente aceptada por todos los estudiosos de la comunicación. Sin embargo, bajo el desarrollo discursivo esta afirmación aparecen supuestos de sociedad e individuos de tinte idealista y normativo, lo que resulta en una definición de opinión pública demasiado optimista, hasta se podría decir, ingenua en vista de las intenciones prácticas que justifican el tratamiento de este asunto. Para ilustrar esto se listarán algunos extractos del discurso y se examinarán los presupuestos subyacentes.

- “Los instrumentos de comunicación son como un foro público donde los hombres recíprocamente se hablan” (nº 24).

Supone que todos los hombres tienen acceso por igual a los medios de comunicación y que, en este ámbito, se dan las condiciones para el establecimiento de un diálogo. A la vez un diálogo implica que los agentes que intervienen se reconozcan mutuamente como interlocutores válidos.

“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” (nº 25).

Supone que todos los individuos poseen el mismo deseo con la misma intensidad de expresar sus opiniones, sentimientos y afectos en público; y que dichas manifestaciones, al asemejarse, se reconocen como socialmente válidas quedando entonces incorporadas a las costumbres y creencias populares.

“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” (nº 25).

Supone la homologación de opinión pública con opinión publicada, entendida esta última como la presentación pública de la opinión. Dicha equiparación pasa por alto las dificultades para definir e ilustrar la opinión de un momento determinado y todos los procesos periodísticos de interpretación y reconfiguración que involucra su publicación.

A la luz de los supuestos implicados, podría decirse que estas definiciones resultan alejadas de lo real, dado que ignoran u omiten el tratamiento discursivo de las dificultades propias del medio social donde se produce el fenómeno de la opinión pública. Se hace evidente que los autores prefieren mantenerse en un nivel teórico, en una definición idealista o normativa del fenómeno de la opinión pública.

Otras dos grandes omisiones dentro de este apartado son, por un lado, la falta de especificación acerca de qué asuntos se puede opinar, o sobre qué temas se constituye la opinión pública; y por otro, la falta de explicaciones respecto al porqué de su relevancia. Respecto a esta última cuestión aparecen dos fragmentos que cabe analizar con detenimiento:

“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” (nº 24). En esta cita se menciona, de manera general y abstracta, el beneficio de la existencia de la pública opinión: contribuir al progreso de la sociedad. No obstante, esta afirmación resulta insuficiente para responder a la pregunta de cómo se logra ese progreso. El punto al cual se pretende llegar es que, en esta sección, se omite toda referencia a las consecuencias de la opinión pública, a su valor dentro de contextos democráticos, al poder que ejerce sobre las acciones y decisiones del gobierno y de todas las otras instituciones hegemónicas. Por el contrario, los autores presentan la opinión pública como un fin en sí mismo, que tiene valor por el simple hecho de existir y no como un medio para el cumplimiento de otros propósitos ¿Cuál es objeto de que los individuos opinen si sus opiniones resultan en sólo eso, simples opiniones?

En el segundo fragmento, se reconoce la necesidad que tiene la Iglesia de atender la opinión pública: “(...) 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” (nº 32). En este punto los autores dejan en claro que la opinión de la mayoría sí es importante para la Iglesia. Ahora cabría preguntarse -o esperar que aparezca explicado en el texto- ¿De qué manera es importante?; esto es, ¿Por qué la Iglesia debe conocer cuál es el estado la opinión pública? ¿Cuál es el objeto de este conocimiento? ¿Cómo se lo “toma en consideración”? ¿Cuáles son las repercusiones que causa en el seno de la Iglesia y en las autoridades eclesiásticas? Lamentablemente, el apartado sobre la opinión pública finaliza en este último párrafo dejando inconclusos los efectos de ésta sobre la Iglesia. Curiosamente, a pesar de ser una instrucción pastoral para la orientación de los obispos y prelados en materia comunicacional, la respuesta a cómo comportarse ante las opiniones del pueblo no aparece aquí especificada.

Más allá de las limitaciones señaladas, en este discurso, existen algunas afirmaciones relevantes que, si bien no representan ninguna novedad para los conocimientos de las ciencias sociales de la época respecto a este campo de estudios, constituyen un avance para el Magisterio de la Iglesia y sus repercusiones en la Pastoral de la comunicación.

- El aspecto ético

Los autores reconocen la libertad de expresión como el principio fundamental de la existencia de la opinión pública e instan a las autoridades eclesiales a defender este valor en el ejercicio de sus funciones. No obstante, este principio debe respetar la verdad y el bien común. De esta manera se establece una jerarquía de valores en la que los derechos individuales deben estar sujetos y regirse por el bien de la comunidad.

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 (nº 33).

- Los líderes de opinión

También se reconoce el rol de los líderes de opinión y su influencia en las opiniones de la sociedad. En consecuencia, se los insta a ejercer su tarea con responsabilidad.

- Las limitaciones de la opinión pública

Los autores advierten acertadamente algunas de las restricciones que deben tenerse en cuenta en el fenómeno de la opinión pública:

- La coexistencia de opiniones contrarias a la postura más difundida

- La opinión de la mayoría no necesariamente se identifica con lo que es “mejor” o “correcto”.
- La volatilidad y dinamicidad característica de la opinión pública

El derecho a obtener y comunicar la información

En el primer párrafo de esta sección se reitera la libertad de expresión como condición *sine qua non* para la existencia de la opinión pública, a la cual se le agrega una segunda condición, que es en verdad, la contrapartida de la primera: la libertad de acceso a las fuentes de información. De esta forma, la opinión pública, el derecho a la información y el derecho a informar son relacionados por un enlace de coexistencia para argumentar sobre la necesidad de su respeto y valoración.

Se mantiene el tono idealista y normativo al que se hacía referencia en el apartado anterior: Se habla de la necesidad y del derecho de cada uno de los miembros de una sociedad a acceder a una información plena, exacta, fiel, adecuada; de su obligación a investigar la verdad, a formar criterios y juicios rectos y a participar activamente en las distintas situaciones sociales. En síntesis, aportes útiles para la elaboración de un código de ética poco práctico.

El único acercamiento a “la realidad” se da en el momento en que los autores repasan las dificultades de los “informantes” para expresar “la verdad”. Se habla de los criterios de selección de las noticias, las rutinas periodísticas y la naturaleza de los medios. Sin embargo, estos factores no son presentados como características involuntarias e inherentes a los procesos productivos en las comunicaciones de masas, sino como “dificultades” que rebajan la verdad de las informaciones y que, por ende, deben ser, en lo posible, superadas por los comunicadores; incluso, sobrepasado un nivel tolerable de “imperfección”, deben ser denunciadas por las audiencias.

Educación, cultura y ocio

El tercer ámbito de influencia trata de la funcionalidad que tienen los medios de masas y los diversos soportes de comunicación (cassettes y cintas de video) para el conocimiento y divertimento de las personas.

En el plano educativo se menciona la posibilidad de acceso al conocimiento de los expertos como complemento al sistema de educación formal, a la educación religiosa y a la comunitaria. En la dimensión se destaca el papel de los medios como expresión de la cultura y su utilidad para poner las obras artísticas al alcance de la sociedad. Por último, en el plano del entretenimiento, se hace referencia a las bondades de los medios para ocupar el tiempo libre y liberar el pensamiento de las preocupaciones cotidianas.

Aquí también prevalece el optimismo “ingenuo”. En todos los aspectos, las consecuencias del uso de los medios a largo plazo permitirían el progreso humano. Incluso efectos controvertidos como “la supresión de la desigualdad social y económica” y la afirmación de las identidades de los pueblos nativos aparecen como desprendimientos naturales de dicha utilización sin ningún tipo de objeción.

La única preocupación que los autores parecen tener se relaciona con una de las críticas más difundidas -y no comprobada- sobre los efectos de los medios en el los gustos estéticos y las pautas culturales populares. Se argumenta que, en la medida que el tamaño de las audiencias se incrementa con la incorporación de las clases populares, los medios adaptan su contenido al nivel cultural más bajo. Este hecho, sumado al mayor consumo mediático como entretenimiento, resulta en un deterioro en los gustos estéticos de la sociedad.

La solución indiscutida e infalible que los autores plantean atañe al nivel de producción:

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. (nº 53)

Sin embargo:

Las soluciones propuestas para estos problemas son más bien fruto de la fe que del conocimiento. La mejora de los gustos masivos a través de la mejora en los productos artísticos de tipo masivo no es una cuestión tan simple como nos gustaría imaginar. Cabe en lo posible, desde luego, que no se haya realizado un esfuerzo a fondo. Mediante un triunfo de la imaginación sobre la actual organización de los mass-media, cabe concebir una censura rigurosa sobre todos los medios de modo que no se permitiese en imprenta, en el éter o en el cine nada que no fuese “lo mejor que haya sido pensado o dicho en el mundo”, pero la posibilidad de que un cambio radical en la aportación del arte para las masas remodelase a su debido tiempo los gustos de las audiencias masivas sigue siendo materia de pura especulación. Se necesitan décadas de experimentación e investigación. (De Moragas Spá: 1985:42)

La publicidad

El último campo de influencia de los medios es la publicidad. Aquí, al igual que en el apartado anterior, los autores construyen discursivamente dos modelos mentales de publicidad: el de la publicidad buena, y el de la publicidad mala. La estrategia de argumentativa utilizada para indicar la preferencia por el primero de ellos es la pragmática. A través de una espiral argumentativa los autores van persuadiendo sobre los efectos positivos del recto empleo de la publicidad hasta llegar a su última consecuencia: el progreso humano. El mismo mecanismo es utilizado para la mala publicidad, aunque con las intenciones opuestas.

A continuación, se presentan de manera sintética los argumentos utilizados para cada caso respetando la disposición dentro del razonamiento:

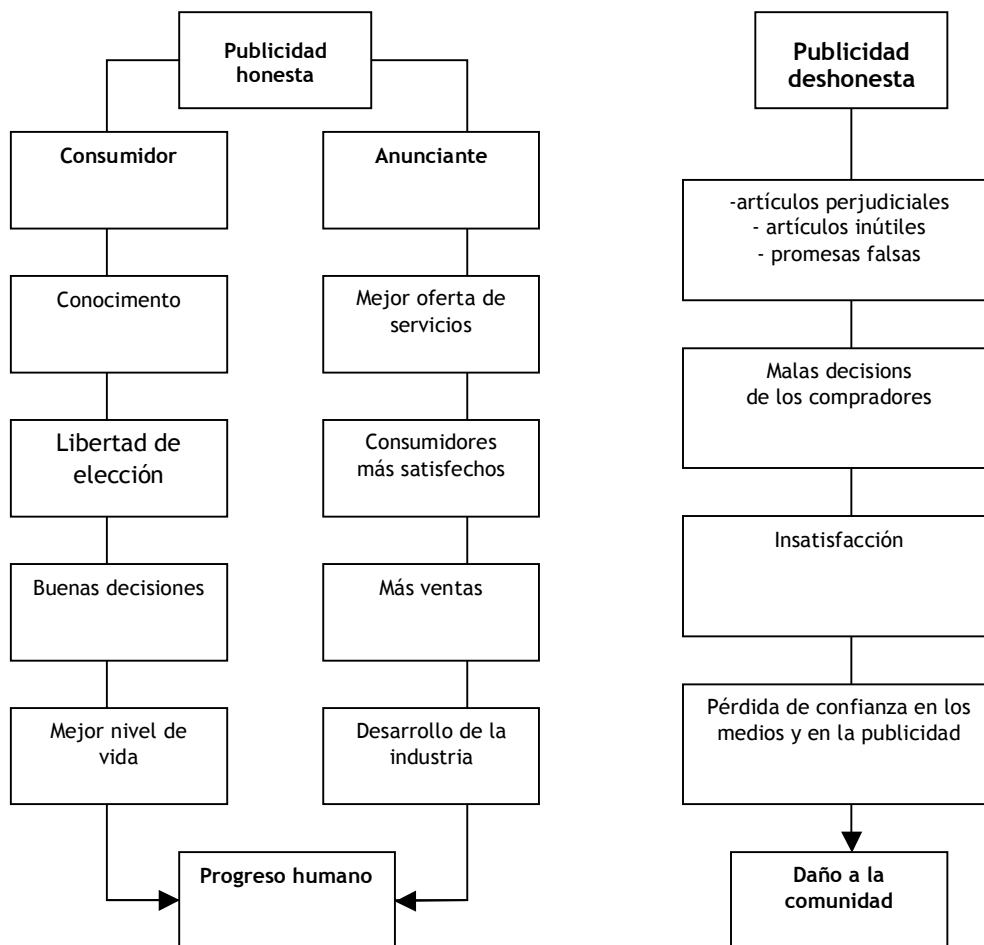


Figura N° 7: Estructura argumentativa *Communio et Progressio* - La publicidad

La concepción de los medios como pieza fundamental para la comunión y el progreso social desarrollada y fuertemente argumentada en este capítulo posee importantes trazos de la perspectiva funcionalista, paradigma que dominó durante mucho tiempo - y principalmente en los años en que esta instrucción fue elaborada- los estudios en el campo de la comunicación. Bajo esta perspectiva, la sociedad es entendida en términos de estructuras y dinámicas de relación, y el interés de los medios de comunicación social se centra en sus funciones desempeñadas. De esta manera, la comunicación de masas y sus medios de difusión son considerados como subsistemas sociales cuyo valor depende de su grado de funcionalidad/disfuncionalidad para el mantenimiento del engranaje social.

Podría decirse entonces, que el razonamiento de los autores funciona bajo este paradigma de comunicación: los *medias* son funcionales o “buenos” cuando aportan al progreso individual y social de una comunidad y disfuncionales o “malos” cuando amenazan la unidad y los principios que la garantizan. Incluso el listado de las propiedades positivas y negativas de los medios que aparece en este Primer Capítulo de la Segunda Parte de la instrucción se asemeja mucho al inventario funcional de Wright (De Moragas Spá, 1985: 78-79):

Función de la comunicación masiva	Funciones	Disfunciones
Vigilancia del contexto social	“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”(nº 19)	“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 (...) 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. (nº 43)
Correlación	<p>“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” (Nº 20)</p> <p>“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”. (nº 20)</p>	“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”, discierna con seguridad lo verdadero y lo falso, lo bueno y lo malo?” (nº 19)
Transmisión cultural	“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”. (nº 19)	
Entretenimiento	“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”. (nº 52)	<p>“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?” (Nº 21)</p> <p>“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”.(nº 21)</p>

Cuadro Nº 2: *Communio et Progressio* - Funciones y disfunciones de los medios

Sin embargo, a diferencia del funcionalismo, las disfunciones no son pensadas como consecuencias objetivas propias de los medios de comunicación social, sino principalmente como producto de un uso incorrecto por parte de los hombres. Esto es, mientras que para la teoría funcionalista la disfuncionalidad no necesariamente deriva de las intenciones del hombre - pueden existir disfuncionalidades latentes -, en la perspectiva de la Iglesia las consecuencias perjudiciales de los medios sobre el entramado social se originan principalmente en la desobediencia a los criterios morales. Si bien en esta instrucción se mencionan algunas consecuencias no deseadas que los medios pueden comportar (nº 21), éstas se presentan como previsibles y conciliables, como tareas por resolver a fin de reestablecer el equilibrio. En caso de que éstas no se superen y su daño prevalezca ello se debe entonces a una incapacidad u omisión de los hombres.

En este punto, la perspectiva de la Iglesia en el campo mediático podría catalogarse como antropocéntrica; ya que, si bien existe por detrás de esta posición una sólida fundamentación teológica de las comunicaciones sociales, en la praxis, es el factor humano que se sitúa como el elemento clave en el funcionamiento de este campo. Tanto en los fines -la comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social y sus instrumentos-, como en los medios -las técnicas son neutrales, depende de la actuación del hombre para que sean funcionales a su persona y comunidad, o no- el hombre es el único parámetro de la valoración para los instrumentos de comunicación social. Su actuación es la que le imprime a éstos un carácter funcional o disfuncional, ponderación que a su vez depende de sus propios objetivos como miembro de una sociedad.

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. (nº 13)

CAPÍTULO II: Condiciones apropiadas para una actuación eficaz

Siguiendo dicha perspectiva antropocéntrica, en este capítulo se establece una serie de pautas con el objeto de orientar el desempeño de los diversos roles que los agentes asumen en el ámbito de los medios de comunicación social. La justificación de la existencia de este capítulo es el conocimiento y la preparación de los diversos actores involucrados a fin de desempeñar sus funciones correctamente. El fin supremo, reiterado a lo largo de todo este documento, es la comunión y el progreso humano.

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. (nº 63)

Formación

El primer grupo de medidas hace referencia a la necesidad de educación sobre los principios que deben regir el uso de los medios de comunicación social -los dictados por la Iglesia, claro está. Los autores hacen una subdivisión entre la formación necesaria para los receptores y la necesaria para los informadores.

Para el primer grupo se recomienda una instrucción básica, actualizada, suficiente y accesible. El énfasis se centra en la educación de los jóvenes y la responsabilidad de padres y educadores en dicho cometido. Se les exhorta a enseñarles criterios morales para la selección de contenidos, guiarlos y vigilarlos.

Para los informadores se establece la necesidad de obtener una capacitación superior a fin de dominar tanto la teoría como la práctica. Además de su profesión, deben empeñarse por conocer la realidad humana, dado que, según los autores, solamente así podrán servir a los hombres.

Posibilidades y obligaciones

En este apartado se repite la subdivisión anterior, así para el grupo “*de los realizadores*” se establecen las siguientes obligaciones:

- promover y animar el diálogo social, llevando a los hombres a la comunión
- tener en cuenta las circunstancias, características y opiniones del público
- interpretar los hechos situando a los usuarios en el contexto total de los acontecimientos
- escrutar acontecimientos y opiniones y confirmar su verdad
- respetar las minorías
- tener en cuenta su influencia en la sociedad
- formar asociaciones de informadores y redactar códigos de conducta positivos

Para los usuarios se expresa una sola obligación fuertemente enfatizada: la de participar activamente en los procesos comunicativos para que estos no se orienten en un único sentido sino que se conviertan en un auténtico diálogo:

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. (nº 81)

Esta participación implica, según los autores:

- interpretar, juzgar y ponderar las noticias presentadas
- seleccionar las informaciones con prudencia, diligencia y espíritu crítico exigente
- complementar la información recibida con otras fuentes
- manifestar su asentimiento, reservas y desaprobación
- formar asociaciones de usuarios para que sus opiniones comporten un peso mayor

La colaboración

En la última sección se abordan los deberes de los diversos agentes sociales en términos de interrelaciones:

a) Entre los ciudadanos y las autoridades

Deberes de los gobernantes para con los ciudadanos:

- tener plena conciencia de sus obligaciones como gobernantes respetando el bien común
- ejercer sus funciones de forma positiva, fomentando y no restringiendo
- utilizar la censura y otras formas de restricción solamente en casos extremos
- gobernar bajo el principio de subsidiariedad
- dictar leyes que garanticen la libertad de expresión, el derecho a la información, la dignidad humana y la libertad religiosa en los medios de comunicación.

- crear de organismos de control para el cumplimiento de dichas normativas
- destinar fondos a obras que promuevan las comunicaciones sociales
- cooperar internacionalmente para el desarrollo de las comunicaciones sociales

Deberes de los ciudadanos para con los gobernantes:

- tener plena conciencia de sus obligaciones como miembros de una comunidad política respetando el bien común
- crear asociaciones en el campo de la comunicación que estén en consonancia con las leyes

b) Entre los pueblos

Los autores comienzan argumentando la existencia de los medios como factor clave para el desarrollo de una sociedad:

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. (Nº 92)

Esta cita se refleja la magnitud de la importancia que la Iglesia reconoce a los medios. Éstos no sólo serían funcionales al engranaje social, sino netamente imprescindibles. De esta tesis se desprende entonces, en el ámbito de la cooperación internacional, la obligación de las naciones más avanzadas y de los organismos internacionales de colaborar con los países menos desarrollados a través de la ayuda de profesionales, tecnologías e inversiones económicas para el desarrollo de las comunicaciones sociales.

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

Por último se establece la necesidad de colaboración mutua entre las distintas confesiones religiosas a fin de que la fe en Dios y su ayuda en el campo de las comunicaciones permita a los hombres lograr el bien común.

Para ello se recomienda que se lleven a cabo las siguientes actividades:

- la organización de emisiones radiales y televisivas
- servicios de instrucción para padres y jóvenes
- premiaciones para las mejores obras
- realización e intercambio de investigación científica
- la celebración de asambleas y coloquios entre el público y los representantes de los medios

En el último párrafo se resalta la importancia de las Jornadas Mundiales para las Comunicaciones Sociales. Se invita a todos los profesionales y representantes de este ámbito a participar de las mismas con el objeto de tratar las problemáticas de los medios y buscar nuevas formas y recursos que ayuden al progreso de la humanidad.

TERCERA PARTE:

ACCIÓN DE LOS CATÓLICOS EN TORNO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Tercera Parte de esta instrucción constituye una extensa argumentación orientada hacia dos grandes propósitos. El primero de ellos corresponde a la legitimación interna de las acciones del grupo. Se intenta persuadir a los miembros de la Iglesia sobre la necesidad de conocer y emplear los medios de comunicación para cumplir con los fines eclesiales. El segundo objetivo es el de legitimar la presencia activa de la Iglesia en el mundo exterior, más específicamente, en el discurso público, como voz de autoridad.

Los argumentos empleados para tal propósito son de naturaleza diversa. Algunos se desprenden de forma deductiva de la fundamentación teológica de Dios Creador y de Redentor, otros recurren a la argumentación pragmática señalando las consecuencias positivas de los aportes de la perspectiva cristiana, otros quedan establecidos por relaciones de analogía. A continuación se citarán y analizarán algunos de los argumentos utilizados para cada uno de los propósitos mencionados.

1. Por qué la Iglesia debe intervenir en el ámbito de los medios de comunicación social (argumentos de legitimación externa)

a) Argumento fundado en el modelo

“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”. (nº 101)

El primer argumento utilizado hace referencia a la fundamentación teológica de las comunicaciones sociales expresada en la primera parte del texto. En este caso, el interés eclesiástico en las comunicaciones sociales se presenta discursivamente como un desprendimiento del modelo establecido por el primer y perfecto comunicador: Dios. Por ser la continuidad de Dios sobre la tierra, la Iglesia legitima su intervención en razón de su congruencia con la conducta propuesta por su modelo a seguir.

b) Argumento pragmático

“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”. (nº 102)

En este caso, la intervención de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones sociales queda justificada por las acciones favorables que la misma comporta. Según los autores, la doctrina cristiana agregaría una importante dosis de moral para garantizar el valor humano en un mundo puramente técnico.

c) Argumento de la igualdad

“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”. (nº 122)

Además de recurrir el mandato divino para deducir de él la tarea de la Iglesia en el campo de las comunicaciones, los autores apelan aquí a la regla de justicia. El funcionamiento de esta estrategia argumentativa tiene sus bases en el principio del derecho de igualdad ante la ley que supone que todos los individuos comparten los mismos derechos y obligaciones; en consecuencia esta regla exige la aplicación de un tratamiento idéntico a seres o situaciones que se integran en una misma categoría (Marafioti, 2005:110). De esta manera, por ser una

institución social, la Iglesia tiene, al igual que el resto de las instituciones, grupos e individuos, el derecho a libertad de expresión y a la participación en el diálogo público.

2) Por qué en la Iglesia se deben utilizar los medios de comunicación social (argumentos de legitimación interna)

a) Argumento de transitividad

“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”. (nº 114)

Aquí se encuentran implícitos dos entinemas. El primero, parte de una verdad: la misión de la Iglesia de promover la comunión con sus fieles. El segundo, parte de un hecho: su inserción en el medio social. En ambos casos los puntos de partida de la argumentación son compartidos por los miembros de la Iglesia - quienes serían los destinatarios principales en esta parte del discurso- , lo que posibilita a los autores derivar de ellos una misma conclusión: la Iglesia debe avocarse a la comunicación y el diálogo para lograr su cometido tanto puertas adentro (con sus fieles) como con el mundo exterior (la sociedad). En ambos casos existe una segunda premisa sobreentendida que permanece implícita por razones de obviedad: *la comunicación es necesaria para lograr el vínculo entre los hombres.*

1. *Si la Iglesia se afana para que crezca y se perfeccione el vínculo comunitario entre sus fieles;*
2. *y la comunicación es necesaria para lograr el vínculo entre los hombres (argumento implícito);*
3. *entonces, comunicación y diálogo son pues muy necesarios para los católicos.*

1. *Si la Iglesia está insertada en la misma sociedad humana;*
2. *y la comunicación es necesaria para lograr el vínculo entre los hombres (argumento implícito);*
3. *entonces, (la Iglesia) ha de vincularse a ella (la sociedad) por el diálogo y la comunicación.*

b) Argumento fundado en la analogía

“Como la Iglesia es un Cuerpo vivo necesita de la opinión pública para mantener el diálogo entre sus propios miembros”. (nº 115)

Aquí la necesidad del diálogo con la comunidad es defendida a través de una analogía que establece una relación de semejanza entre la Iglesia como institución y un “cuerpo vivo”. El razonamiento implícito es que todo ser vivo necesita de algún tipo de retroalimentación con su ambiente para sobrevivir en él. En su calidad de cuerpo vivo, entonces, la Iglesia también necesita atender a las informaciones provenientes del contexto que la rodea y que en la sociedad actual se manifiesta a través del fenómeno de la opinión pública.

c) Argumento fundado en la autoridad

“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’”. (nº 115)

Para lograr el compromiso de los fieles, los autores también recurren a la argumentación de la autoridad que les sirve como garantía en su argumentación. En su texto incluyen la famosa cita¹⁷ del Sumo Pontífice Pío XII donde expresa claramente la necesidad del diálogo de la Iglesia y la sociedad.

d) Argumento fundado en la ilustración

“Cristo mandó a los Apóstoles y a sus sucesores que enseñaran “a todas las gentes”, que fuesen “luz del mundo”, 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”. (nº 126)

Aquí los autores recurren a la ilustración que, por vía de la inducción, les permite respaldar una conducta a seguir. En este caso se enfatiza la acción evangelizadora de Cristo y de sus apóstoles, quienes sentaron las bases de la Iglesia y que por dicha razón, sus miembros deben imitar y perpetuar.

e) Argumento fundado en la incompatibilidad

“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” (nº 126)

En este caso, la utilización de las técnicas de difusión se sostiene señalando la incongruencia que comportaría no hacerlo. Las premisas que apoyan esta opinión son en primer lugar, la relevancia de los medios como principales canales para acceder a los hombres, y en segundo, la misión de la Iglesia de proclamar la palabra de Dios -que si bien en esta cita no aparece explícita, ha venido siendo reiterada a lo largo de todo el texto.

En este grupo de argumentos que apoyan la utilización de los medios de comunicación social dentro de la Iglesia, se contemplan tres ejes de actuación:

1. La proclamación de la Iglesia al mundo exterior (a, d y e)
2. La comunicación de la Iglesia con sus miembros (a y b)
3. El diálogo de la iglesia con el mundo (b y c)

CAPÍTULO I: Servicio de los Católicos a la comunicación social

A partir de los tres cometidos identificados, se desprenden los programas de acción que indican cómo debe ser la participación de la Iglesia en el ámbito de las comunicaciones sociales:

La proclamación de la Iglesia al mundo exterior:

¹⁷ El 18 de febrero de 1950, en un mensaje a la prensa católica, Pío XII dijo que la opinión pública debe existir en la Iglesia, si quiere ser un cuerpo social sano. Donde no aparece ninguna manifestación de la opinión pública, por la razón que sea, allí hay un vicio, una enfermedad de la vida social. Y la Iglesia, porque es un cuerpo vivo, tendría esa enfermedad, si no tuviera opinión pública.

Comunicadores católicos

Para este grupo se establece la obligación de mostrar “el pensamientos católico sobre todas las cuestiones que acucian a la sociedad humana” (nº 103). Según los autores, ello implica poner énfasis en los aspectos religiosos de los acontecimientos que comunican y privilegiar la difusión de noticias religiosas. Además se les indica el deber de explotar todas las posibilidades técnicas para que sus mensajes logren captar mejor la atención de los receptores.

También se contempla el rol de los agentes de prensa de la Iglesia, quienes deberán ofrecer informaciones completas, seguras y verdaderas anticipándose a comunicar las novedades y acontecimientos que les conciernen y “no permitir que otros les tomen la delantera con sus iniciativas” (nº 124).

Prelados de la Iglesia

La tarea de las autoridades eclesiásticas se presenta, por un lado, como apoyo a los comunicadores católicos y a las emisiones católicas; y, por otro, como productor de contenidos a través de la elaboración de publicaciones con el objeto de “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” (Nº 123). Para lograr este cometido se reitera la necesidad de formación y actualización en el dominio de las técnicas de difusión y la generación de espacios en las Conferencias Episcopales para el debate de los temas pastorales de comunicación.

Educadores católicos

A este grupo se le ordena otorgar un lugar privilegiado a la educación sobre los diversos aspectos que componen medios de comunicación con el fin de que sus alumnos puedan entender e interpretar el “lenguaje de las comunicaciones sociales”. Este hincapié debe darse en todos los niveles educativos: escuelas, institutos, universidades, seminarios.

La comunicación de la Iglesia con sus miembros

En esta sección se hacen presentes algunas de las respuestas a los interrogantes que habían quedado inconclusos sobre el tema de la opinión pública. En relación a este tema se plantea por un lado, la necesidad de los fieles a ser plenamente conscientes de que poseen una verdadera libertad de expresar su pensamiento y así participar activamente en la Iglesia a través de sus opiniones; y, por otro, de las autoridades eclesiásticas a garantizar las condiciones para que “el intercambio de las legítimas opiniones se realice en la Iglesia con libertad de pensamiento y expresión” (nº 116).

Para que ello suceda, los autores contemplan una serie de obligaciones respecto a la formación que los fieles deben tener sobre los conocimientos del Magisterio y respecto a la creación y mantenimiento de instituciones que garanticen dicho aprendizaje y el libre diálogo, como agencias de noticias, consejos pastorales, portavoces oficiales y salas de prensa.

En lo que respecta a los contenidos plausibles de ser objeto de opinión, los autores señalan:

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. (nº 117)

Se deduce de esta cita que los fieles podrían opinar sobre la forma de presentación de las “verdades de fe” y sobre la actuación de la Iglesia en miras de una mejor inserción de ésta en la sociedad contemporánea.

Indudablemente, este reconocimiento de las facultades de los fieles en la actuación social de la Iglesia representa un importante avance en la progresiva apertura eclesial al mundo. Con estas afirmaciones el rol de los laicos deja de ser aquel de receptores pasivos, para convertirse en el de colaboradores de la Iglesia para su mejor inserción en el mundo. El diálogo y la libre circulación de opiniones no sólo se reconoce como un derecho de los fieles, sino como una pieza fundamental en la supervivencia de la Iglesia como institución: “Un adecuado desarrollo de la vida y las funciones en la Iglesia exige una habitual corriente de información entre las autoridades eclesiásticas de todos los niveles, las organizaciones católicas y los fieles, en ambos sentidos, y en todo el mundo”. (nº 120)

El diálogo de la iglesia con el mundo

Además de reiterar la importancia de comunicar el evangelio al mundo y su aplicación sobre los temas de actualidad que afectan al conjunto social, aquí también se reconoce la importancia de adoptar un modelo de comunicación de doble vía con la sociedad en general. Esta afirmación se justifica de manera pragmática, a partir de las consecuencias favorables que el diálogo supondría para la Iglesia. Este diálogo permitiría, según los autores, “conocer pues cómo reaccionan los hombres de hoy, católicos y no católicos ante los acontecimientos y el pensamiento moderno” (nº 122). Dicho conocimiento, se presenta como un elemento clave “para transmitir al hombre actual el mensaje de salvación sobre los interrogantes que le preocupan y angustian empleando un lenguaje que éste pueda entender” (nº 125).

Se podría concluir entonces que la escucha de la sociedad y sus problemáticas se plantea en el seno de la Iglesia como un medio para adaptar sus mensajes y acciones de manera que sean compatibles con los tiempos que corren. Esta noción de la comunicación institucional para la Iglesia se aproxima al modelo de comunicación asimétrico bidireccional propuesto por Gruning y Hunt (1984). Su similitud radica en, al menos, dos puntos: la naturaleza y el objeto de la comunicación.

Para la Iglesia, al igual que para las organizaciones que se identifican bajo dicho modelo, la comunicación se concibe como un flujo de doble vía: desde la Iglesia a la comunidad y desde la comunidad a la Iglesia. No obstante, los efectos de esta comunicación no son equilibrados, de ahí su asimetría. La comunicación por parte de la comunidad llega a la institución en forma de *feedback*, lo que le permite a ésta auscultar el estado de la opinión pública y tomar conocimiento de la realidad social circundante.

En respuesta a estas opiniones, la organización -en este caso, la Iglesia- adopta medidas para que sus intervenciones y mensajes estén en consonancia con dicho contexto y, así, tengan una mejor recepción por parte del público. Esto es, para la Iglesia, y para las organizaciones cuyas comunicaciones funcionan bajo este modelo, la opinión de la sociedad representa la materia prima fundamental para el diseño de estrategias discursivas más persuasivas que logren convencer a los públicos de la aceptabilidad de su punto de vista y de emprender acciones que le sean favorables. Cabe destacar que las opiniones, actitudes y comportamientos de la organización -que en el caso de la Iglesia estarían constituidas por sus dogmas y verdades- no se modifican, sino que permanecen inmutables. La adaptación a la comunidad solamente influye en el modo de comunicar. En resumen, se produce una variación en la forma y no en el contenido.

CAPÍTULO III: Quehacer de los católicos en cada uno de los medios

En este capítulo se aborda la actividad de los medios de comunicación cristianos discriminando según su naturaleza: prensa, cine, radio y televisión. En todos ellos, se repite la misma estructura argumentativa: se comienza por nombrar las características de cada

medio y la forma en que se utilizan en la actualidad resaltando su influencia positiva en los individuos y la sociedad. Demostrado su potencial, se los relaciona luego con la actividad de los católicos en forma de obligaciones y pautas para la acción. Cabe destacar también que todas las tareas que se desprenden de los beneficios mediáticos comportan un ejercicio positivo por parte de la comunidad católica. Siguiendo la línea inaugurada por *Inter mirifica*, la censura, el control, la crítica y las aprehensiones desaparecen totalmente.

Medio	Propiedades	Impacto en el individuo / sociedad	Beneficios para la comunicación católica	Obligaciones de los medios católicos
Prensa	Rapidez de su elaboración Variedad de temas Tratamiento de temas en detalle	Estimula las facultades de reflexión de los lectores Estimula el deseo de saber Desarrolla el sentido crítico Formación del juicio	Instrumento primario del contacto social Medio eficaz para el intercambio de ideas de la Iglesia y el mundo Medio eficaz para que el mundo conozca a la Iglesia, y ésta al mundo	<ul style="list-style-type: none"> - Abarcar los diversos tipos de publicaciones periódicas: diarios, revistas, folletos - Interesarse por todo lo que concierne a la humanidad, por todo tipo de noticias y opiniones de la vida cotidiana y por los problemas e interrogantes actuales, bajo la visión cristiana de la vida - Perfilar y enmendar informaciones que atañen a la religión y a la vida de la Iglesia - Crear agencias y oficinas de noticias dirigidas por católicos - Favorecer la libre manifestación de opiniones - Estimar el pluralismo de publicaciones y opiniones
Cine	Creciente popularidad Abaratamiento Realización cada vez más rápida y sencilla Adaptación a las necesidades y circunstancias humanas Diversidad de ámbitos para su proyección Facilidad de comprensión dada la naturaleza de las imágenes	Gran influencia en la educación, vida afectiva, descanso y conocimiento de la realidad Manera actual y adecuada de expresar una visión del mundo Fuerza de persuasión	Valiosa oportunidad para el apostolado Posibilidad de abarcar temas religiosos con dignidad Posibilidad de brindar instrucción religiosa por medio de las películas	<ul style="list-style-type: none"> - Ayudar y sostener a quienes realizan filmes valiosos y promover su difusión - Unificar proyectos y colaborar para la elaboración, difusión y empleo de espectáculos con valores religiosos - Aplicar a la transmisión de la doctrina religiosa los diversos avances técnicos - Establecer un diálogo con todas las personas dedicadas al cine
Radio y televisión	Alcance: superación de fronteras territoriales y culturales Capacidad	Nuevas posibilidades de comunicación y estilos de vida Penetración en	Fomentan nuevos contactos con los fieles y enriquecen de forma maravillosa su piedad y religiosidad Capacidad de llegar a	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar emisiones religiosas: santa misa, ceremonias litúrgicas, homilías y charlas religiosas - Preparar dichas emisiones con especial cuidado técnico y

	para atraer la atención de las personas Capacidad de grabar y retransmitir las emisiones Realismo	los hogares Permiten el descanso en simultáneo con la adquisición de cultura y conocimientos Pueden cambiar profundamente al hombre	quienes por edad o enfermedad no pueden tener una participación directa en la vida de la Iglesia Capacidad de llegar a aquellos que están separados de la Iglesia Capacidad de llegar a regiones donde la Iglesia no ejerce influjo La transmisión de informaciones, noticias y entrevistas religiosas son útiles para la formación y el diálogo	litúrgico, teniendo en cuenta las características y deseos de los espectadores y oyentes - Colaborar y mantener el respeto entre comunicadores católicos y técnicos
--	---	---	---	--

Cuadro N° 3: *Communio et progressio* - Directrices para los medios de comunicación social católicos

CAPÍTULO IV: Instituciones, personas y organización

Los autores comienzan el último capítulo resumiendo las principales razones que se mencionaron en esta instrucción como fundamento del interés eclesial en los medios - su influencia en la vida y progreso humanos, los resultados que con ellos pueden obtenerse y los problemas que plantean a la conciencia de los católicos- para luego, indicar el lugar privilegiado que las comunicaciones sociales deben ocupar en la Pastoral de la Iglesia: “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”. (n° 162).

A continuación se establece el ordenamiento institucional de la Pastoral de comunicación en tres niveles y las tareas asignadas a cada uno:

Ámbito de acción	Organismo/Representante	Obligaciones dentro del ámbito de acción
Diócesis	Oficina diocesana / Obispo	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección del apostolado en el campo de la comunicación, con la ayuda de sacerdotes y laicos - Estimular, promover y coordinar los planes y la actividad de los católicos en el campo de la comunicación - Promover y supervisar la instrucción de clérigos y laicos en materia comunicacional - Invitar a los católicos y a sus asociaciones a que brinden iniciativas para el desarrollo de la Pastoral en comunicación - Recabar la ayuda de los profesionales de la comunicación y de sus asociaciones y facilitar los documentos, orientaciones y ayudas que éstos necesiten - Preparación de los sacerdotes y parroquias de su diócesis para la celebración de la Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales - Orientar la adecuada preparación de emisiones u obras que

		<p>toquen materia religiosa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentación de presupuestos económicos para sostener su apostolado en comunicación - Asegurar 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 eclesíásticas.
Nacional	Comisión Episcopal Nacional (con subdivisiones para cada medio de comunicación)	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir las oficinas nacionales y dictar normas generales para la ordenación del esfuerzo apostólico en el campo de las comunicaciones sociales. - Estimular, promover y coordinar los planes y la actividad de los católicos en dicho campo - Promover y supervisar la instrucción de clérigos y laicos en materia comunicacional - Invitar a los católicos y a sus asociaciones a que brinden iniciativas para el desarrollo de la Pastoral en comunicación - Recabar la ayuda de los profesionales de la comunicación y de sus asociaciones y facilitar los documentos, orientaciones y ayudas que éstos necesiten - Preparación de para la celebración de la Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales - Orientar la adecuada preparación de emisiones u obras que toquen materia religiosa. - Establecer relaciones de coordinación y cooperación con otras oficinas episcopales nacionales - Prestar servicios al Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales - Tener un portavoz encargado de comunicar oficialmente las noticias y los documentos de la Iglesia - Asegurar 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 eclesíásticas. - Realizar comentarios públicos u oficiales desde la perspectiva religiosa sobre acontecimientos y noticias - Colaborar con las asociaciones católicas de la prensa (UCIP), del cine (OCIC), de la radio y televisión (UNDA)
Mundial	Consejo Pontificio para las comunicaciones sociales	(no especificadas)

Cuadro N° 4: *Communio et progressio* - Ordenamiento institucional de la Pastoral de comunicación.

Además de estos tres organismos, se mencionan el deber de las asociaciones católicas dedicadas a la comunicación social de prestar su apoyo y pericia a los organismos diocesanos para elaborar y realizar en conjunto los planes pastorales y las orientaciones referentes a la comunicación, para fomentar la investigación y para facilitar la producción y distribución de filmes, de transmisiones de radio y de televisión, de material audiovisual y de publicaciones.

CONCLUSIONES

Manteniendo la mirada optimista, en las conclusiones los autores construyen discursivamente un mundo esperanzador acerca de los progresos técnicos y mediáticos, acerca de la actuación de la Iglesia en el campo de las comunicaciones sociales y acerca del diálogo, la fraternidad y la paz en la humanidad. Asimismo, se exhorta a los profesionales a emprender investigaciones científicas para encontrar respuestas a los muchos interrogantes que los medios plantean y a poner en práctica las orientaciones generales contenidas en esta instrucción aunque siempre considerando “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”. (nº 182).

7.4.2 CONSIDERACIONES FINALES INSTRUCCIÓN PASTORAL *COMMUNIO ET PROGRESSIO*: ¿UNA NUEVA IGLESIA?

La importancia de la comunicación

A través del análisis de esta instrucción ha quedado en claro el lugar preponderante que ocupan los medios de comunicación en el seno de la Iglesia, ya no sólo se les reconoce su importancia por su influencia en la sociedad, sino que se los asume como instrumentos imprescindibles para el mantenimiento de su cuerpo institucional y para el cumplimiento de su legado divino. Incluso la urgencia de utilizar los medios estriba del expreso mandato de Cristo y sería una grave falta ante Dios si no se los empleara para la difusión del Evangelio.

La Iglesia contextualizada

A lo largo del texto, los autores insisten en dos principios claves para las autoridades eclesiales en la Pastoral de la comunicación. El primero de ellos corresponde a la forma de poner en práctica las directrices establecidas. Tanto en los lugares principales del documento, como son el Proemio y las Conclusiones, como en el resto de las secciones se reitera una y otra vez la aplicación contextualizada de la presente instrucción. Se insiste en la evaluación de la naturaleza de cada medio y el respeto de las circunstancias históricas, sociales y culturales como las primeras cuestiones a tener en cuenta antes de expresar cualquier juicio o de emprender cualquier acción. El segundo principio, directamente relacionado con el anterior, corresponde al diálogo de la Iglesia con sus fieles y con el mundo. Principalmente, se hace hincapié en la escucha de los intereses y dificultades de la sociedad como punto de partida para la planificación de la actuación eclesial en lo que respecta a la difusión de su doctrina. La insistencia en estos dos principios revela las intenciones de los autores de crear discursivamente - y en consonancia con las propuestas del Concilio Vaticano II- una imagen de Iglesia menos dogmática y encerrada en sí misma y más sujeta a las vicisitudes y desafíos del mundo actual.

La Iglesia de todos

Otra manifestación de la abertura de la Iglesia al mundo se da en el reconocimiento de la libertad de expresión y de la libertad religiosa como derechos fundamentales en el ámbito de las comunicaciones sociales. Por otra parte, el llamado a “los hombres de buena voluntad” independientemente de su confesión religiosa a contribuir con el desarrollo de los medios y a trabajar en conjunto con los comunicadores cristianos, deja entrever el espíritu ecuménico heredado por el Concilio.

Las tareas previstas para los comunicadores católicos también representan una conquista de relieve de la reflexión eclesial de este período. Se les pide preparación profesional y se les recuerda el deber de hacer presente el punto de vista católico en todos los problemas que atañen a la sociedad. A los pastores, a su vez, se les recuerda la obligación de acudir al consejo y sugerencias de los expertos y prestarles "la asistencia pastoral" que les facilite el cumplimiento de su "comprometida y difícil tarea". Esto significa un vuelco copernicano si se tiene en cuenta que en la praxis eclesiástica, el comunicador nato era el sacerdote, mientras que al laico se le consideraba como un simple auxiliar.

Si bien algunos de estos trazos ya se hacían visibles en *Inter mirifica*, en *Communio et progressio* la nueva posición doctrinal se presenta ya madura y solidamente argumentada a través de principios largamente desarrollados y el establecimiento de un cuerpo organizado para la administración de la Pastoral de comunicación en todos los niveles. Este "intuido" cambio de perspectiva respecto al Magisterio precedente, se hace explícito en la superficie del discurso cuando, en las conclusiones, los autores califican esta instrucción como el inicio de un nuevo período en la Iglesia, pero manteniendo el cuidado de no desprestigiar el legado anterior:

"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". (nº 186)

7.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: LOS PROBLEMAS DE LA ERA AUDIOVISUAL

En 1978, Juan Pablo I sucedía a Pablo VI, pero su papado duraría apenas 33 días. En octubre de ese mismo año, los cardenales elegían Papa a Juan Pablo II (1978-2005), quien entre sus muchos apelativos ha sido llamado “el Papa de los medios” dado su gran interés y dedicación en el ámbito, y que se ve reflejado en un extenso corpus doctrinal sobre las comunicaciones sociales del Magisterio de la Iglesia -un corpus de más de 300 documentos, entre discursos, mensajes, referencias en encíclicas y cartas pastorales.

Su pontificado fue testigo de numerosos avances en el campo de las telecomunicaciones: se consolidaron las redes globales que los satélites de comunicación venían tejiendo alrededor del mundo desde los años '70; en los años '80 se produjeron la revolución de las computadoras personales y del video; y, llegando a los '90, el explosivo desarrollo de la Internet y la digitalización del audiovisual.

En 1988, mediante la Constitución Apostólica *Pastor Bonus* promulgada por Juan Pablo II, la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales se convierte en el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales elevando su status a Oficina de la Curia Romana. Durante el pontificado de Juan Pablo II, y bajo su orientación, este Consejo produjo un significativo cuerpo de documentos. El primero de ellos, fue “Pornografía y violencia en la comunicaciones sociales: una respuesta pastoral”, publicado en mayo de 1989 como respuesta a la creciente ola de violencia y pornografía que se manifestaba principalmente en los medios de comunicación audiovisuales.

7.5.1 ANÁLISIS PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES

El documento “Pornografía y Violencia en las Comunicaciones Sociales: Una respuesta pastoral”, publicado en mayo de 1989 en ocasión de la XXIII Jornada Munidal de las Comunicaciones Sociales está dirigido a la familia de la Iglesia y a la sociedad en general para invitarlos a reflexionar sobre la naturaleza moral de un problema que afecta a la sociedad “la creciente difusión de la pornografía y la generalización de la violencia en los medios de comunicación social”. (nº 5)

Se trata de ilustrar en este documento los efectos más graves de la pornografía y la violencia en el individuo y en la sociedad, así como señalar las causas principales del problema tal como se plantea hoy. Por último se tratará de indicar los pasos necesarios que han de dar los comunicadores profesionales, los padres y educadores, la juventud y el público en general, las autoridades civiles y eclesiásticas, las organizaciones privadas y religiosas, para poner el remedio necesario. (nº 8)

Conforme a las intenciones manifiestas de los autores, el esquema discursivo o superestructura textual del documento está organizado en cuatro capítulos:

1. Introducción

2. Efectos de la pornografía y la violencia
3. Causas del problema
4. Respuestas al problema

Los subtítulos que anticipan el contenido de cada una de las secciones del texto dan la impresión de cubrir todas las aristas que componen el fenómeno de la violencia y la pornografía en las comunicaciones sociales. Establecer una problemática, repasar su origen, exponer sus consecuencias, y, finalmente, establecer un conjunto de pautas para su resolución lleva a valorar este texto como un análisis minucioso y acabado, como una descripción sistemática, holística y exhaustiva del asunto en cuestión. Asimismo, esta estructura permite a los autores “cerrar”, de cierta forma, un modelo mental del fenómeno sin dejar ningún lugar para la libre interpretación del destinatario.

De esta manera, tanto la forma de estructurar el texto (en forma de sistema) y los términos elegidos para cada subtítulo (propios del lenguaje científico) permiten al autor dar a su razonamiento una apariencia científica y objetiva, aumentando así la fuerza persuasiva de su discurso. Otros elementos que contribuyen a crear el efecto de verdad a lo largo del texto son:

- ausencia total de marcas del locutor.
- predominio de construcciones impersonales.
- utilización del tiempo presente con valor genérico. Existe un predominio absoluto del modo indicativo en tiempo presente y del pretérito perfecto para referirse a fenómenos que provienen de un pasado cercano y que continúan o se agravan en el presente. Esta monotonía en los tiempos y modos verbales crea un universo de definiciones y hechos ajenos a la temporalidad, enfatizando aún más el carácter de objetividad del discurso.
- modalidades de frase asertivas.

INTRODUCCIÓN

En la introducción los autores parten de la premisa socialmente conocida y aceptada y también ampliamente desarrollada por el Magisterio precedente sobre la incidencia de los medios en la forma de pensar y actuar de la gente.

En el curso de estos últimos años ha tenido lugar una revolución mundial en el modo de percibir los valores morales, seguida de cambios profundos en la manera de pensar y actuar de la gente. Los medios de comunicación social han tenido y continúan teniendo un importante papel en este proceso de transformación individual y social, en la medida que introducen y reflejan nuevas actitudes y estilos de vida (nº 1)

Esta premisa inicial es el terreno común del cual se partirá para discurrir sobre las incidencias negativas que los medios de comunicación social tienen sobre la sociedad. A pesar de que los autores mencionan la repetida dualidad de los efectos que los *media* tienen, se puede inferir que sus intenciones se orientan a destacar las consecuencias negativas.

Esto se debe, en primer lugar, a la forma en que se presentan ambos tipos de consecuencias por medio de adjetivos que implican una evaluación cuantitativa diferente y que indican la supremacía de los efectos negativos sobre los positivos: “Algunos de estos cambios han resultado positivos..., pero muchos de estos cambios han sido negativos”.

En segundo lugar, al hablar de los “cambios positivos” los autores se limitan a asociar de forma difusa el fenómeno mediático con la toma de conciencia por parte de la sociedad sobre la dignidad humana, sobre la creciente interdependencia entre las acciones de los hombres y, en consecuencia, sobre la necesidad de una moral que contemple la solidaridad (nº 2). Sin

embargo, el reconocimiento de esta acción positiva a los medios se da con reservas. Los autores señalan que “las comunicaciones sociales han contribuido mucho” a los cambios positivos, y no que éstas sean sus causas determinantes; es decir no se establece una relación causal precisa y al hacerlo, se subestima, en cierta forma, la potencialidad benéfica de los *media*.

Se hace evidente, por lo tanto, que la Introducción está orientada a conducir la atención de los receptores hacia los efectos negativos de los medios pero manteniendo siempre, como en los documentos anteriormente analizados, una posición “neutral” respecto a la valoración de las comunicaciones sociales.

A continuación los autores se avocan a la construcción discursiva del problema de la difusión mediática de la pornografía y la violencia calificándola como “uno de los fenómenos más alarmantes de estos años”, que sucede “frecuentemente” y cuyas consecuencias son “moralmente inaceptables” (nº 5).

Cabe destacar que la preocupación pastoral sobre la pornografía y la violencia no se funda en su simple existencia, sino en la proliferación y magnitud del fenómeno como consecuencia de su creciente difusión a través de los medios de comunicación:

La pornografía y la exaltación de la violencia son viejas realidades de la condición humana que evidencian la componente más turbia de la naturaleza humana dañada por el pecado. Durante el último cuarto de siglo han adquirido una amplitud nueva y han pasado a constituir un serio problema social. (nº 5)

En esta cita se relaciona y fundamenta la problemática desde la teología. Los autores indican que aunque las características actuales del problema sean muy específicas y en más de un sentido inéditas, no deben olvidarse sus profundas raíces en la condición, del hombre herida por el pecado. Esta forma de interpretar la pornografía y la violencia permite a los autores erigir una fuerte protección contra posibles críticas y cerrar el debate actual entre las diversas miradas sobre el fenómeno, que oscilan entre la condena y la permisividad. No es éste sólo un asunto de ética profesional; ni siquiera de situaciones culturales más o menos convenientes para la población. Es la presencia del mal, del pecado y por ello es inaceptable, por ello, debe ser combatido. Si se analiza esta afirmación bajo un punto de vista argumentativo, se podría concluir que para imponer su opinión, los autores estarían violando una de las reglas de la argumentación: *la regla de la libertad*. Según van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans (2006:120) una de las formas de incumplir esta regla es impedir que aparezcan puntos de vista opuestos o que se pongan en duda los propios es declarando éstos últimos como sacrosantos y por ende, no abiertos al cuestionamiento: si es pecado, entonces está mal.

EFFECTOS DE LA PORNOGRAFÍA Y LA VIOLENCIA

En esta sección los autores construyen y amplifican la nocividad de la pornografía y la violencia a través de una serie de argumentos relacionados de forma compleja y dispuesta en el texto de manera desordenada. En la figura Nº 8 se presentan los argumentos utilizados para respaldar la posición de la Iglesia acerca de la nocividad de la pornografía y la violencia en los medios de comunicación. Cabe aclarar que el orden de los argumentos, así como las relaciones entre ellos no responde a la manera en que el autor los presenta en su discurso sino que son producto del análisis y sistematización del texto.

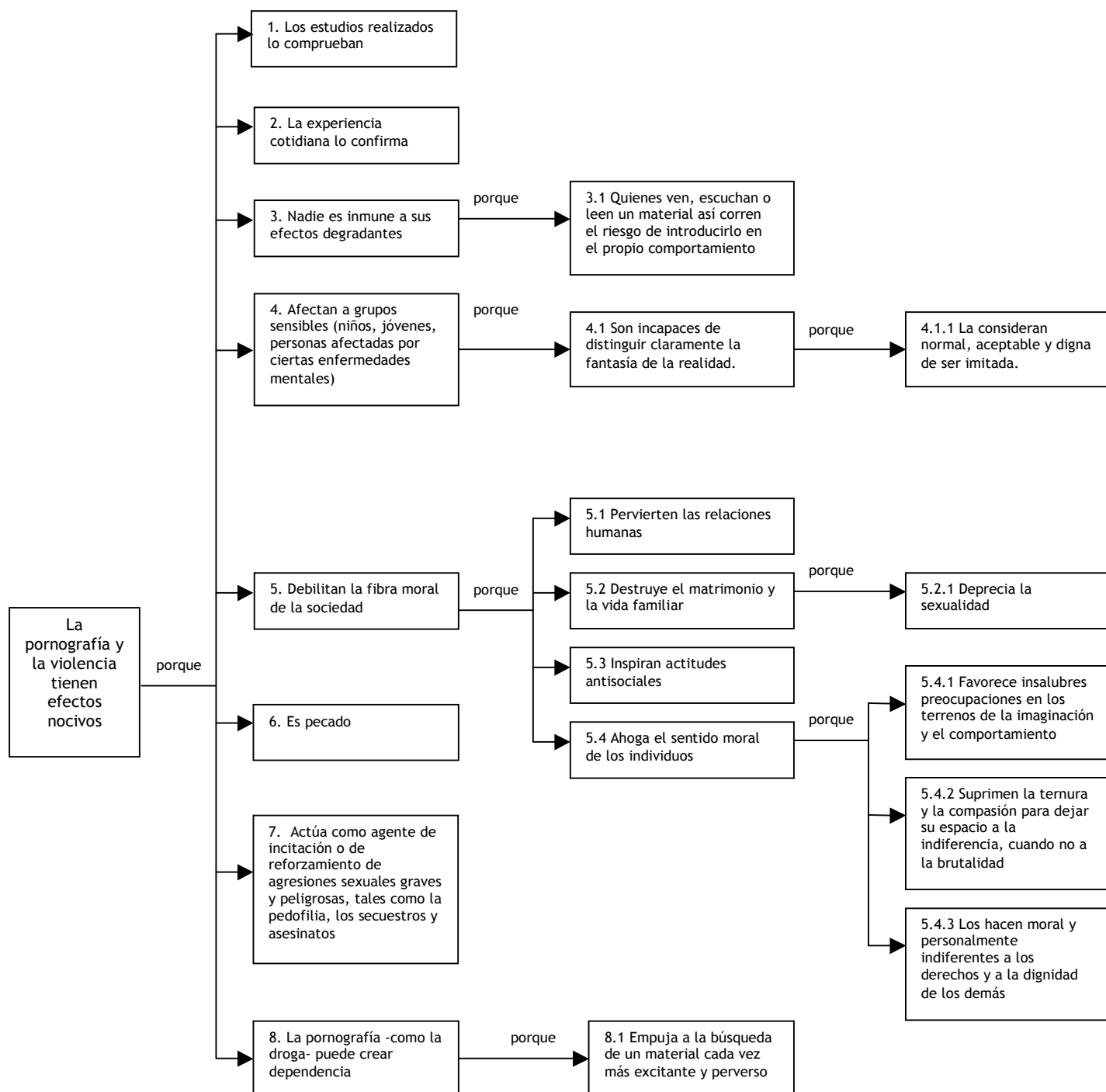


Figura N° 8: Estructura argumentativa *Pornografía y Violencia en las Comunicaciones Sociales: Una respuesta pastoral* - Efectos de la pornografía y la violencia

Respecto a la argumentación desarrollada en esta sección es importante señalar:

- La exposición de consecuencias negativas es excesiva y reiterativa. El nivel de detalle y la repetición contribuyen a incrementar la atención de los receptores hacia las propiedades negativas de la violencia y la pornografía, aumentando las posibilidades de que los receptores las almacenen en sus modelos mentales.
- Según la clasificación de Lo Cascio (1998) los argumentos utilizados se refieren en su totalidad a la realidad. Hechos, verdades y presunciones compartidos por la audiencia, y aparentemente fuera de todo cuestionamiento, permiten al autor explayarse en su argumentación acerca de la magnitud y urgencia del problema que representan los contenidos mediáticos de naturaleza sexual y violenta.
- La relación entre las proposiciones es de causalidad. En todas ellas la pornografía y la violencia aparecen como las únicas causas de todos los “males sociales” que el autor menciona. “La pornografía y la violencia sádica deprecian la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, explotan los individuos -especialmente las mujeres y los niños-, destruyen el matrimonio y la vida familiar, inspiran actitudes antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad”. (nº 10) La constante reiteración de estas estructuras, como se señaló más arriba, sumado a la asertividad de las afirmaciones restringen la posibilidad al receptor de pensar relaciones entre hechos alternativas a las que el autor plantea en su modelo de acontecimiento; como ser, por ejemplo, una relación causal inversa; o simplemente, otro tipo de relaciones, no negativas.
- Utilización de metáforas y comparaciones para enfatizar la nocividad de la violencia y la pornografía: “La pornografía -como la droga- puede crear dependencia” (nº 14); “la pornografía puede actuar como agente de incitación o de reforzamiento, un cómplice indirecto, en agresiones sexuales graves y peligrosas, tales como la pedofilia, los secuestros y asesinatos” (nº 17). Según van Dijk (1999b) la función principal de este tipo de recursos retóricos (metáforas y comparaciones) reside en que permiten manejar los procesos de comprensión de los receptores y, en consecuencia, la formación de modelos mentales conforme las intenciones del autor.
- La forma de razonamiento utilizado en la mayoría de las argumentaciones es el entinema o silogismo de dos proposiciones. Como es propio de los entinemas, las argumentaciones utilizadas por el autor no explican ni demuestran nada, simplemente imponen un lazo de sucesión deductiva. Según Marafioti (2008) este tipo de razonamiento es comúnmente utilizado cuando se tiene por finalidad orientar un juicio, en este caso, transmitirle a la audiencia la gravedad de la pornografía y la violencia.

En resumen, en este apartado los autores buscan fortalecer y priorizar la gravedad de la pornografía y la violencia en el modelo mental de los receptores de forma tal que justifiquen la intervención de la Iglesia Católica y a su vez, asuman la responsabilidad de seguir los lineamientos que ésta propone para combatir el problema.

CAUSAS DEL PROBLEMA

En el titular de este apartado aparece la palabra “problema” en reemplazo de “violencia y pornografía”. Con ello se afirma y enfatiza, una vez más, la valoración negativa respecto de este tipo de contenidos mediáticos.

En esta sección los autores comienzan describiendo lo que a su entender propicia la circulación de contenidos violentos y pornográficos en los medios de comunicación:

Uno de los motivos básicos de la difusión de la pornografía y de la violencia sádica, en el ámbito de los medios de comunicación, parece ser la propagación de una moral permisiva, basada en la búsqueda de la satisfacción individual a todo coste. Un

nihilismo moral de la desesperación se añade a ello que acaba haciendo del placer la sola felicidad accesible a la persona humana. (nº 19)

En esta cita queda claro, entonces, que el principal factor de la escalada de contenidos pornográficos y violentos radica en la cultura contemporánea caracterizada por una creciente permisividad de las costumbres públicas y por la búsqueda incondicionada del placer individual. Según las implicaciones de este fragmento, medios de comunicación y cultura se presentan como dos agentes aislados: el primero sufre las consecuencias del segundo, quien por sus características contemporáneas lo hace portador de un mal para la sociedad. Si bien aquí la relación acerca de quién afecta a quién estaría claramente establecida, lo expuesto anteriormente sobre la influencia de las comunicaciones sociales en la configuración moral de la sociedad deja dudas acerca de la validez de esta afirmación:

En el curso de estos últimos años ha tenido lugar una revolución mundial en el modo de percibir los valores morales, seguida de cambios profundos en la manera de pensar y actuar de la gente. Los medios de comunicación social han tenido y continúan teniendo un importante papel en este proceso de transformación individual y social, en la medida que introducen y reflejan nuevas actitudes y estilos de vida (nº 1)

Pero muchos de estos cambios han sido negativos. Al lado de los abusos de siempre se están dando nuevas violaciones de la dignidad humana y de los valores e ideales cristianos. Y aquí también las comunicaciones sociales tienen su parte de responsabilidad (nº 3)

Según estos fragmentos extraídos de la Introducción del documento, los medios también tendrían su cuota de responsabilidad en lo que respecta al establecimiento y reproducción de la cultura contemporánea. ¿Quién es entonces el principal responsable de la “confusión respecto de las normas morales”? ¿Son la búsqueda de la satisfacción individual y el nihilismo moral una causa aparente o una causa pretexto para evadir el tratamiento de la nocividad de los medios como origen de la problemática? ¿Serán la diversidad de contenidos, la pluralidad de valores y maneras de pensar características de los medios lo que desafía el orden tradicional de las normas morales? Lamentablemente, por falta de “evidencias discursivas” que permitan responder a estos interrogantes se dejará esta cuestión abierta.

Luego de exponer el “motivo básico”, se pasa a enumerar cuatro razones que a su entender son las causas más inmediatas de la problemática tratada:

1. Sectores de la industria de los medios de comunicación que lucran con la producción y distribución de contenidos violentos y pornográficos.
2. Grupos minoritarios defensores de la libertad de expresión sin restricciones.
3. Ausencia de leyes o su no aplicación (Si bien borra el agente, se infiere que los culpables aquí son los organismos legislativos y ejecutivos).
4. Apatía de los fieles y la sociedad en general.

Mientras que las dos últimas razones se refieren a omisiones por parte de las autoridades públicas y de los laicos, las dos primeras hacen referencias a puntos de vista disímiles respecto a la postura de la Iglesia. Cabe entonces analizar con mayor detenimiento estas dos causas inmediatas para determinar cómo los autores rebaten dichas posiciones y/o argumentos antagónicos.

El beneficio económico. La pornografía es una industria lucrativa. Algunos sectores de la industria de las comunicaciones han sucumbido trágicamente a la tentación de explotar la debilidad humana, especialmente la de los jóvenes y la de las mentes impresionables, para obtener provecho de producciones pornográficas y violentas. Esta industria pornográfica, en algunas sociedades, resulta lucrativa hasta el punto de que se ha vinculado al crimen organizado. (nº 20)

En este párrafo se busca desprestigiar a los grupos que pertenecen y/o que defienden a la industria pornográfica. La estrategia de deslegitimación se centra en sus propósitos y acciones. La avaricia por el lucro se presenta como el único objetivo perseguido y se establece

arbitrariamente una asociación infundada entre la búsqueda del beneficio económico con la explotación de los grupos vulnerables y con el crimen organizado a fin de presentar la acción de esta industria como una violación de los valores comunes. Con este mecanismo discursivo los autores estarían violando “la regla del punto de vista” (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans 2006:126) dado que se atribuye al adversario de la argumentación un punto de vista ficticio o sesgado. Según lo que se observa en la cita, el argumento ficticio que se le asigna a la industria pornográfica es el del beneficio económico. Este razonamiento se logra a partir de asociar indiscriminadamente algo que es obvio a los agentes de esta industria: la gente de negocios persigue el beneficio económico. Este argumento es luego extrapolado al punto de constituirse en el principal parámetro de actuación del grupo en detrimento del resto de los valores sociales. Finalmente se establecen las nefastas consecuencias que derivarían de ello: la explotación de los más débiles y el crimen. De esta manera, se observa cómo los autores van tejiendo arbitrariamente relaciones de implicancia a partir de un punto de vista ficticio con el objeto de desacreditar a su adversario y demostrar, más fácilmente, la inaceptabilidad de la pornografía. El éxito de esta estrategia reside en que, al ser éste un documento escrito por sólo una de las partes, los verdaderos argumentos de defensa de la industria pornográfica no están presentes en el enunciado. Asimismo, la audiencia a la cual va dirigido, seguramente no está al tanto de cuáles son los puntos de vista que defienden la circulación de contenidos pornográficos. Ello permite a los autores manipular discursivamente el modelo mental de sus receptores utilizando aquellas “pruebas” o interpretaciones que le resulten más favorables a su cometido.

Falsos argumentos libertarios. La libertad de expresión exige, según algunos, la tolerancia hacia la pornografía, aún a precio de la salud moral de los jóvenes y del derecho a la intimidad, así como un ambiente de pública decencia. Algunos, también erróneamente, afirman que el mejor medio de combatir la pornografía consiste en legalizarla. Estos argumentos son a veces propuestos por grupos minoritarios que no se suman a los criterios morales de la mayoría y que se olvidan de que a cada derecho corresponde una responsabilidad. El derecho a la libertad de expresión no es un absoluto. La responsabilidad pública de promover el bien moral de los jóvenes, de garantizar el respeto de las mujeres, de la vida privada y de la decencia pública muestra claramente que la libertad no puede equipararse al libertinaje. (nº 20)

En este fragmento los autores buscan demostrar la inaceptabilidad de defender la pornografía bajo el argumento de la falsa libertad de expresión. Para ello recurren a la falacia de magnificar una premisa implícita (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:131). Los autores extrapolan el argumento del derecho a expresarse libremente agregando una premisa implícita que va más allá de lo que está garantizado y comúnmente se atribuye a este argumento: la violación de otros derechos y valores en nombre de la libertad de expresión. Por consiguiente, la opinión defendida por el adversario es llevada a su punto más débil, donde puede ser atacada más fácilmente con el argumento del resguardo de la moral pública como el principal derecho que debe ser garantizado.

Esta arbitraria interpretación de quienes defienden el derecho a la libre expresión permite entonces deslegitimar uno a uno los puntos que constituirían la estructura ideológica del outgroup:

- El outgroup defiende la libertad de expresión a ultranza -lo que es incorrecto según el Magisterio, dado que es un valor no absoluto- al extremo de pasar por alto la salud moral (deslegitimación de objetivos).
- Los miembros del outgroup confunden libertad con libertinaje (deslegitimación de normas y valores).
- Las afirmaciones del outgroup son erróneas. Los argumentos que utilizan en defensa de la libertad de expresión son falsos e ilusoriamente emancipatorios (deslegitimación de acciones).
- Son grupos reducidos, no representativos que desafían los parámetros de la mayoría (deslegitimación de pertenencia).

RESPUESTAS AL PROBLEMA

En la última sección del texto los autores repiten una vez más la ofensa que representan la pornografía y la violencia para la sociedad y retoman nuevamente el tema de la libertad de expresión como un valor que debe ser observado pero con moderación, limitando la difusión de contenidos en resguardo de lo que el autor considera como bien público.

El legítimo derecho a la libertad de expresión y al intercambio libre de información ha de ser protegido. Al mismo tiempo, hay que salvaguardar 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. (nº 21)

Luego de esta suerte de introducción, y congruentemente respaldado por las referencias a la dignidad humana, la protección de la familia y la decencia pública aparecen los contenidos propositivos para los diferentes sectores sociales.

Para afrontar el problema, el documento reconoce siete sectores operativos: profesionales, padres, educadores, jóvenes, público en general, autoridades civiles e Iglesia. A los profesionales de la comunicación se les pide la aplicación de códigos éticos inspirados en el bien común y orientados al desarrollo del género humano, recordando que “El auto control es siempre el mejor control” (nº 23). A los educadores se los exhorta a promover valores éticos y sociales para garantizar la familia, implementar programas de educación para el desarrollo de la actitud crítica y el discernimiento sobre los medios, siempre enfatizando el respeto por la persona humana, la vida familiar y la integridad moral. Dirigiéndose al público de los medios, se los invita a hacer conocer su propio punto de vista a los comunicadores y a la autoridad. La principal petición para los poderes públicos es una legislación eficaz en vistas de la protección del bien común, así como también la acción concreta para regular el tráfico de material pornográfico. Finalmente, a la Iglesia se la exhorta a unir sus propios esfuerzos con otras comunidades religiosas para enseñar la verdadera realización de la persona humana, a incorporar programas de formación sobre los instrumentos en la educación católica, y a los pastores a favorecer el diálogo y la asistencia pastoral a los operadores de los medios.

Como se puede constatar, tanto los agentes apelados como las directrices establecidas son muy similares a las expuestas en la instrucción pastoral *Communio et Progressio*. En lo que respecta al papel asignado a la Iglesia también se sigue la misma línea del Magisterio postconciliar: la cooperación ecuménica, la intervención positiva a través del diálogo con los comunicadores sociales y el reconocimiento y elogio de las buenas prácticas en detrimento de la restricción y la censura:

Por último, una actitud de pura restricción o de censura por parte de la Iglesia de cara a estos medios no resulta ni suficiente ni apropiada. La Iglesia tiene, al contrario, que iniciar un diálogo continuo con los comunicadores conscientes de sus responsabilidades. Debe animarles y sostenerles en su misión allí donde sea posible y deseable. (nº 30)

7.5.2 CONSIDERACIONES FINALES PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES

El contraste entre *Communio et Progressio* -donde el fenómeno de las comunicaciones sociales es tratado desde una perspectiva teórica, idealista y normativa- y esta respuesta pastoral que examina las consecuencias “nefastas” de los contenidos “dañinos” que circulan a través de los medios resulta verdaderamente chocante. Tal vez, sea justamente éste el efecto que el Pontificio Consejo pretenda lograr: representar discursivamente una negación rotunda a la pornografía y la violencia en un contexto caracterizado por una creciente tolerancia y aceptación a este tipo de manifestaciones. El tono apologetico y esperanzador característico de los anteriores discursos desaparece en las partes que tratan sobre las consecuencias negativas de la pornografía y la violencia, pero vuelve a aparecer tímidamente

en las respuestas al problema, siempre intercalado entre advertencias para que los receptores no olviden que en el mundo de las comunicaciones “no todo es color de rosa”.

Se considera que el aporte fundamental de este documento para la Pastoral de la comunicación es entonces la aplicación de los principios idealistas y optimistas instaurados por el Magisterio postconciliar en el tratamiento de una realidad concreta: la creciente difusión de la violencia y la pornografía en las comunicaciones sociales. A diferencia de la Encíclica *Vigilanti Cura*, donde también se abordaba una problemática coyuntural concreta - el avance del cine “malo”-, aquí las soluciones propuestas se orientan a una acción positiva por parte de la comunidad eclesial, con un fuerte énfasis en la educación y en la legislación. Es también una acción que podría catalogarse de proactiva: se busca prevenir, antes que “curar” por medio de la crítica, la restricción y la censura.

La construcción de la pornografía como problema social

Si bien en este texto las intenciones explícitas de los autores son abordar tanto la problemática de la pornografía como la de la violencia en los medios, el mayor hincapié está puesto en el primer asunto. Una explicación a esta desigualdad de tratamiento podría encontrarse en el grado de concordancia/discrepancia que existe en la actualidad en torno a estas cuestiones. Mientras que la violencia es repudiada por la mayor parte de los grupos sociales de occidente, el debate acerca de la pornografía se vuelve cada vez más abierto y permeable a nuevas argumentaciones tanto en su contra como en su defensa.

El análisis de este documento permite observar que el discurso de la Iglesia Católica, como todo discurso ideológico, no admite opiniones y o valoraciones que se opongan a los principios fundamentales de su doctrina. A la luz de la Iglesia Católica aceptar la pornografía significa oponerse a la castidad, a la autodisciplina y a todos los principios contenidos en la doctrina cristiana que atañen a la sexualidad humana. Sin embargo, sólo en dos momentos del texto se fundamenta la inaceptabilidad desde su doctrina, como ocasión de pecado. Como es propio de las ideologías dominantes (Van Dijk1999b:323) y de una Iglesia que busca contrarrestar una imagen dogmatista heredada del pasado, para destacar la nocividad de contenidos mediáticos “inapropiados”, los autores casi no apelan al argumento de la incompatibilidad con las enseñanzas de la Iglesia Católica. Hacerlo significaría oponerse a la pornografía con el único objeto de defender sus verdades. A su vez, implicaría la adopción de una visión muy estrecha y poco persuasiva para ámbitos ajenos a su confesión religiosa. En consecuencia, los autores recurren a argumentos de tipo psico-sociológicos y de sentido común como fundamento del perjuicio de la pornografía adoptando así una postura más secular. De esta manera, la Iglesia se presenta discursivamente como guardiana, no sólo de su credo, sino principalmente y sobre todas las cosas, de los valores universales como la familia, la niñez, el matrimonio, la dignidad humana y la decencia pública.

Si bien extraídas de “ámbitos seculares” y “científicos”, las premisas utilizadas para advertir sobre los daños de la pornografía son presentadas de forma arbitraria y sin pruebas suficientes que les otorguen el status de argumentos válidos. Sin embargo, la disposición de causalidad y la modalidad afirmativa bajo la que se construye la problemática les imprimen una importante fuerza de veracidad.

Incluso, como se analizó anteriormente, cuando se busca desacreditar posiciones antagónicas existe una fuerte manipulación tanto en la selección de los contraargumentos como en el tratamiento que se les da. ¿Por qué, por ejemplo, no se trata del uso de la pornografía en el ámbito privado y adulto? ¿Por qué siempre se asocia la defensa a de la pornografía con la circulación indiscriminada de contenidos sexuales en un ámbito público en que los niños se encuentran presentes?

No se pretende hacer aquí una defensa a la pornografía, sino dar una idea de los recortes de la realidad efectuados; de los modelos mentales preferidos que se plasman en el texto a través de las diversas estrategias argumentativas; de la construcción discursiva de la pornografía como problema social - y no meramente religioso-; y de la forma de persuadir a

los receptores sobre la necesidad de eliminarla radicalmente en todos sus niveles - fabricación, distribución, venta y consumo.

7.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN E IGLESIA: DE LA CULTURA DE MASA A LA CULTURA DE LOS MEDIAS

Durante los años '80, el mundo de los medios continuaba transformándose a pasos agigantados. Al mismo tiempo que las fusiones entre lenguajes y medios se intensificaban, emergían nuevas tecnologías y dispositivos de información y comunicación para demandas simbólicas heterogéneas, fugaces y más personalizadas.

Los *walkman* transformaron la selección personal de música en un ambiente de audio portátil. La radio se fue especializando cada vez más, con estaciones temáticas y subtemáticas y sus programas completaban el tiempo de los pasajeros en los medios de transporte y de trabajadores en horarios flexibles. Los videocasetes explotaron en todo el mundo y se tornaron, en muchos países en desarrollo, una importante alternativa a la monotonía que ofrecía la programación de la televisión oficial. A pesar de que su multiplicidad de aplicaciones no fuese totalmente explotada debido a la falta de habilidades tecnológicas por parte de los consumidores y de la rápida comercialización de su uso gracias a los videoclubs, la difusión de estos aparatos ofreció gran flexibilidad a la utilización de los medios audiovisuales. Las películas sobrevivieron en la forma de videocasetes y los videos musicales se tornaron en una nueva modalidad cultural. La posibilidad de grabar programas de televisión para verlos en otros momentos cambió los hábitos de los telespectadores, reforzando la selección y la tendencia para la futura diversificación de la oferta de contenidos, que posteriormente fue segmentada. En muchos países, la tecnología de video permitió a las comunidades la transmisión de sus propios contenidos locales en combinación con los contenidos nacionales. No obstante, el paso decisivo fue la multiplicación de los canales de televisión, lo que trajo como consecuencia su creciente diversificación. El desarrollo de las nuevas tecnología de TV a cable - promovida en la década de los 90' por la fibra óptica y por la digitalización- y el logro de la difusión directa por satélite expandieron drásticamente el espectro de transmisión. (Castells, 2008: 422-423)

Según Santaella (2003: 15-16), estas tecnologías, equipos y los lenguajes creados para circular a través de ellos, tienen como principal característica la de permitir la selección y el consumo individualizado. Dicha posibilidad permitió el surgimiento de lo que la autora denomina “cultura de los *medias*”: una cultura de lo disponible y lo transitorio que involucra formas de consumo simbólico distintos a la lógica propia de la cultura de masas:

Contrariamente a ésta [la cultura de masas] que es esencialmente producida por pocos y consumida por una masa que no tiene poder para interferir en los productos simbólicos que consume, la cultura de los medias inauguraba una dinámica que, tejiendo y propagándose en las relaciones de los medios entre sí, comenzaba a posibilitar a sus consumidores la selección entre productos simbólicos y alternativos. (Santaella, 2003:52)¹⁸

De esta manera, se iba configurando una progresiva liberación de las audiencias de la inercia de la recepción de mensajes impuestos desde afuera, entrenando a las personas en la búsqueda de entretenimientos e información a la medida de sus gustos.

¹⁸ Traducción propia.

Sin embargo, la diversificación de mensajes y expresiones de los media no implicaron la pérdida de control de la televisión por parte de las principales empresas y gobiernos. Por el contrario, la tendencia opuesta es la que ha venido dominando durante los últimos tiempos. A fines de la década de los 90', generosas inversiones, fusiones y alianzas continuaron caracterizando el ramo de las comunicaciones de masa y las empresas intentaban utilizar economías de escala para descubrir sinergias entre los diversos segmentos de un mercado de comunicación en expansión. A pesar de las audiencias haber sido segmentadas y diversificadas, la televisión se tornó cada vez más comercial y concentrada en grandes oligopolios en el ámbito global. (Castells, 2008: 425-426)

Con todo, la diversificación de los medios de comunicación, debido a las condiciones de su control empresarial e institucional, no transformó la lógica unidireccional de su mensaje ni realmente permitió el feedback de la audiencia, excepto en la forma más primitiva de reacción de mercado. A pesar de que la audiencia recibiese materia prima cada vez más diversa, la Galaxia de McLuhan era un mundo de comunicación de única vía, no de interacción. (Castells, 2008: 42)¹⁹

7.6.1 ANÁLISIS INSTRUCCIÓN PASTORAL AETATIS NOVAE

En 1987, en vista de las cambiantes condiciones tecnológicas en el campo de las comunicaciones sociales, el Pontificio Consejo propuso a su Asamblea Plenaria la preparación de un posible suplemento de *Communio et Progressio*. El documento, basándose en las respuestas obtenidas de un cuestionario que había estado circulando en las Conferencias Episcopales durante el año anterior, debía formular una reflexión sobre las consecuencias del nuevo panorama social instauradas por los media.

Como resultado, cinco años más tarde, en febrero de 1992, en ocasión del vigésimo aniversario de la Instrucción *Communio et Progressio*, Juan Pablo II aprobaba la Instrucción pastoral *Aetatis Novae* ("La nueva era"). El propósito de dicha instrucción no era lograr un documento exhaustivo y definitivo, sino simplemente, en línea con las enseñanzas de *Inter mirifica* y *Communio et Progressio*, poner a la Iglesia al día con el enorme desarrollo que se venía produciendo en el ámbito de las comunicaciones sociales:

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.(nº 1)

La Instrucción pastoral *Aetatis Novae* está organizada en siete secciones, más un anexo que establece una guía para la elaboración de un plan pastoral. Las secciones son:

1. Introducción: Una revolución en las comunicaciones
2. Contexto de las comunicaciones sociales
3. Tarea de las comunicaciones
4. Retos actuales
5. Prioridades pastorales y medios de respuesta
6. Necesidad de una planificación pastoral
7. Conclusión

¹⁹ Traducción propia.

A continuación, siguiendo la misma metodología empleada hasta aquí, se pasará a analizar cada una de las secciones:

INTRODUCCIÓN

UNA REVOLUCIÓN EN LAS COMUNICACIONES

En la Introducción del documento los autores destinan varios párrafos para describir la situación actual de las comunicaciones sociales recurriendo a modalidades apreciativas y subjetivemas evaluativos que enfatizan la magnitud del fenómeno en cuestión e imprimen una valoración implícitamente positiva. También se utilizan términos específicos de las teorías de las ciencias sociales de la época - “aldea global”, “sociedad de información”, “cultura de los medios de comunicación”, “generación de los medios de comunicación”- para indicar los cambios sociocognitivos y socioculturales que la “nueva era” propicia.

Los temas que aparecen como características de la situación actual son:

- la expansión considerable de las comunicaciones
- la amplitud de su influencia: ámbito educativo, religioso, moral, social y político (no meramente tecnológico) de todo el globo.
- su total autonomía sobre las fronteras geográficas y sistemas políticos.
- su evolución y transformación en el principal lugar de debate de los problemas de la sociedad: utilización del término “areópago moderno” como metáfora para designar a los medios de comunicación.
- su evolución y transformación en el principal instrumento de información y formación social
- su capacidad para unir a la humanidad: utilización del término “aldea global” como metáfora para designar el estado de cohesión social a escala planetaria propiciado por los medios de comunicación.
- la evolución y aparición de nuevas tecnologías de comunicación
- la transformación de la experiencia humana en una experiencia mediática

De los documentos que se han venido analizando, esta es la primera vez que se encuentra una descripción tan exhaustiva y comprensiva del fenómeno de las comunicaciones. Es la primera vez que se sale un poco de la concepción instrumental y se interpreta el fenómeno mediático como una nueva realidad con todas las aristas que la componen.

En los textos anteriores, si bien se reconocían los cambios ocurridos en el plano cultural y moral, en las actitudes y estilos de vida; se mantenía una concepción instrumental de los medios: “el uso de los medios tiene x repercusiones”, “los medios influyen en x esferas de la realidad”. Sin embargo, aquí los medios no influyen, sino que son ellos mismos, en fusión con los demás componentes sociales, la realidad. Esto es, no hay personas y comportamientos por un lado y medios que los irrumpen por el otro. Se trata de una nuevo real, un nuevo social, “un nuevo lenguaje” o “una experiencia humana que ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación” (nº 2), como los autores prefieren denominarlo. “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”. (nº 4)

Ante esta nueva realidad el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales llama a la reflexión a todos los pastores y al pueblo de Dios y a traducir el nuevo sentido de las comunicaciones en planes pastorales concretos. Haciendo alusión y respaldándose en los principios desarrollados durante el Concilio Vaticano II, los autores destacan el rol proactivo que la Iglesia Católica debe asumir:

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. (nº 3)

Para finalizar la introducción, los autores expresan su gratitud con las iniciativas de obispos, clérigos, religiosos y laicos en el campo de las comunicaciones de la Iglesia y con los esfuerzos de colaboración ecuménica e interreligiosa sucedidos en dicho ámbito. Este reconocimiento funciona a la vez como una pauta de lo que la Iglesia desea de sus miembros, cuál es el ejemplo a seguir: una comunidad interesada y activa frente a la era de las comunicaciones.

I. CONTEXTO DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

A. Contexto cultural y social

Aquí, más que discurrir sobre el contexto actual, los autores mencionan brevemente las áreas donde repercuten los medios de comunicación y las implicaciones que ello genera para la Iglesia.

Respecto a las áreas de influencia socio-cultural, se menciona:

- 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 comprensión del sentido de la vida
- Los modos de pensar y aquello sobre lo que se piensa (nivel de contenidos y de interpretación)

Respecto a la valoración de estas influencias los autores se limitan a expresar que los medios “tienen consecuencias, positivas y negativas al mismo tiempo” y que “tienen el poder de fortalecer o de destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia” (nº 4). En este último extracto del texto se aprecia una preferencia implícita por lo tradicional y un rechazo hacia los nuevos parámetros y valores que los medios podrían instaurar.

Según estas afirmaciones, podría concluirse entonces que el ámbito de influencia de los medios coincide justamente con el ámbito de influencia de la Iglesia, o, al menos, con el ámbito donde esta institución pretende influir a través de su doctrina. Esta reflexión se manifiesta de manera implícita cuando se señalan las repercusiones de los medios para la acción evangelizadora: “se puede recurrir a los medios de comunicación tanto para proclamar el Evangelio como para alejarlo del corazón del hombre” (nº 4).

En estos párrafos se advierte claramente la dualidad que los medios comportan, pero a diferencia de los documentos anteriores, aquí la dualidad no se plantea en relación a las consecuencias para la sociedad en general y el bien común, sino para la propia Iglesia. El fenómeno de las comunicaciones sociales se interpreta como una nueva condición socio-cultural que puede tanto impedir la tarea apostólica como facilitarla, hecho que para la Iglesia depende en gran medida de su propia actuación como comunidad.

B. Contexto político y económico

Entre los nuevos problemas que emergen en este documento se encuentran el dominio económico de la comunicación internacional en manos de pocas corporaciones y los efectos de la industria de la comunicación sobre las culturas locales.

En este apartado se destaca la importancia de los sistemas de información para el desarrollo económico y político de las naciones y las repercusiones que ello genera: mayores inversiones, aumento de la competencia, privatizaciones. Bajo este panorama los autores reflexionan acerca de la necesidad una verdadera responsabilidad pública y una reglamentación basada en las normas del servicio público, advirtiendo sobre los peligros que su inexistencia puede llegar a comportar: servicios de comunicación valorados únicamente en función del beneficio económico de los anunciantes y en detrimento de la calidad de los contenidos, creación de modelos artificiales de consumo, invasión multinacional desreglada, nuevas dependencias económicas entre naciones, extinción de formas artísticas populares de los países menos desarrollados.

II. TAREA DE LAS COMUNICACIONES

En la parte introductoria de este capítulo se enuncia brevemente la fundamentación teológica y doctrinal de las comunicaciones sociales ya desarrollada en *Communio et Progressio*. Se reitera el misterio de Creación y la Redención a través de la palabra de Dios, el modelo de Cristo como perfecto comunicador, la misión evangelizadora de la Iglesia como su cuerpo místico de Cristo, la interpretación de las comunicaciones sociales como vía a la comunión y al progreso. En síntesis, se desarrolla toda una argumentación basada en la doctrina cristiana con miras a fundamentar y destacar la comunicación debe ser parte constitutiva de la comunidad eclesial.

Declarada esta necesidad, obligación y/o derecho, los autores enumeran cinco ámbitos operativos donde los medios deben prestar su servicio, esto es, cinco áreas de funcionalidad de las comunicaciones sociales:

A- Los medios de comunicación social al servicio de las personas y de la cultura

Recurriendo una vez más a la paradoja para asentar una proposición de cómo deben ser utilizados los medios, se señalan sus posibles consecuencias: tanto positivas y negativas.

En lo que respecta a la cultura, “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”. Entonces, “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”. (nº 7)

En lo que respecta a las relaciones personales, “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. 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”. Entonces, “los medios de comunicación no pueden reemplazar el contacto personal inmediato ni tampoco las relaciones entre los miembros de una familia o entre amigos”. (nº 7)

B. Los medios de comunicación al servicio del diálogo con el mundo actual

En este apartado se indica una serie de pautas que orientan la actuación de los miembros de la Iglesia en los medios respecto a su relación con el mundo. Estas pautas reiteran los mismos principios establecidos en *Communio et Progressio*, la necesidad de formación, conocimiento, adaptación y su correspondiente actuación en el contexto actual:

- Tener una presencia activa y atenta hacia el mundo
- Tomar en consideración e intentar comprender la cultura, problemas y necesidades de los diferentes pueblos para ayudarles “a aceptar la palabra de Dios”. (nº 8)
- Comunicar el mensaje de Dios 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. (nº 8)
- Comprender los medios de comunicación -sus objetivos, sus estructuras internas y sus modalidades. (nº 8)
- Entablar un diálogo honesto y respetuoso con los responsables de los medios de comunicación. Pues “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”. (nº 8)
- Elaborar una antropología y una 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. (nº 8)

Como se señalaba en el análisis de *Communio et Progressio*, estas pautas para la relación Iglesia/mundo responden a un modelo de comunicación asimétrico bidireccional. El “diálogo” a mantener por parte de la Iglesia se presenta como tarea fundamental para interpretar las vicisitudes de la época actual y las características particulares de los grupos que en ella existen. El objeto de esta comprensión es adaptar los mensajes institucionales -o la palabra de Dios- de forma tal que sus repercusiones cognitivas, actitudinales y comportamentales tengan una eficacia mayor. En síntesis, se trata de conocer mejor para persuadir mejor.

C. Los medios de comunicación al servicio de la comunidad humana y del progreso social

Para completar la argumentación, si en la sección anterior se explicaba por qué la Iglesia debe ponerse en sintonía con la sociedad de la información para el cumplimiento de su misión, aquí se explica por qué es necesaria la presencia de la Iglesia para el bien del mundo. Según el razonamiento de los autores:

Si la comunicación en y por la Iglesia es el anuncio de la Buena Nueva de Jesucristo,

y si este anuncio es la clave para la liberación del pecado y el camino a la salvación;

entonces, la Iglesia “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”. (nº 9)

Con esto queda representado un modelo mental en que los medios de comunicación e Iglesia conviven en una relación de simbiosis. Por un lado, la Iglesia se beneficia utilizando las comunicaciones sociales en la medida que éstas le sirven como instrumento para lograr su misión evangelizadora más eficazmente; por otro lado, los medios se benefician a su vez con la palabra de la Iglesia dado que le permiten cumplir con su misión en tanto dones de Dios: lograr la comunión y el progreso de los hombres. De esta manera, queda construida una sólida legitimación de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones sociales. Cabe recordar que esta “solidez” será tal siempre y cuando los receptores del discurso -o *el auditorio*- estén de acuerdo con los puntos de partida sobre los que se basa la argumentación; en este caso, los

hechos y verdades propios de la doctrina católica y que abarcan desde la creencia en un Dios padre y en el status de la Iglesia como heredera de su misión en la Tierra, hasta la interpretación de los bienes mundanos como dones de Dios sujetos a su plan divino.

D. Los medios de comunicación al servicio de la comunión eclesial

En esta sección se reitera al igual que en *Communio et Progressio* el derecho a la información y a la libre expresión. Sin embargo estos principios son tratados en lo que respecta a las comunicaciones de Iglesia puertas adentro, es decir, con sus propios fieles. La urgencia de una comunicación de doble vía en el seno de la Iglesia se respalda con una cita del “Código de Derecho Canónico” en el que se menciona la facultad de los fieles de expresar a las autoridades eclesiásticas a manifestar su opinión sobre las cuestiones que conciernen al bien de la Iglesia. Además de esta cita de autoridad, los autores mencionan dos principios de la doctrina de la Iglesia que también respaldan, de forma deductiva, el derecho de los fieles a manifestarse: el principio de comunión y el principio de igualdad como miembros de una misma comunidad a partir del sacramento del bautismo. A partir de estos razonamientos, los autores van construyendo discursivamente una imagen de Iglesia más horizontal y abierta al diálogo; en la cual todos sus miembros tienen derecho e incluso el deber a expresarse y a ser escuchados.

E. Los medios de comunicación al servicio de una nueva evangelización

En esta última sección se establece el deber de emplear los medios de comunicación contemporáneos (principalmente los audiovisuales) como un nuevo instrumento para la proclamación del Evangelio. Sin embargo, siguiendo la concepción holística de la realidad mediática establecida en la Introducción del documento, los autores resaltan también el deber de un cambio de actitud en la Iglesia. No se trata de contemplar únicamente el lado tecnológico de la cuestión, no se trata de “utilizar” nuevos medios como simples canales para difundir el mensaje eclesial, sino que se debe estudiar la forma de incorporar el mensaje a una nueva realidad, con todos los desafíos que ello comporta:

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. (nº 11)

III. RETOS ACTUALES

En el tercer capítulo de la instrucción pastoral se mencionan algunas de las cuestiones que atañen a la situación actual contemporánea. Las mismas son presentadas discursivamente como problemas que deben superarse. En este contexto discursivo problemático los autores aprovechan para determinar cuál es el rol que la Iglesia debe asumir: “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” (nº 12).

A continuación se analizará el esquema argumentativo que apoya esta caracterización problemática de la realidad:

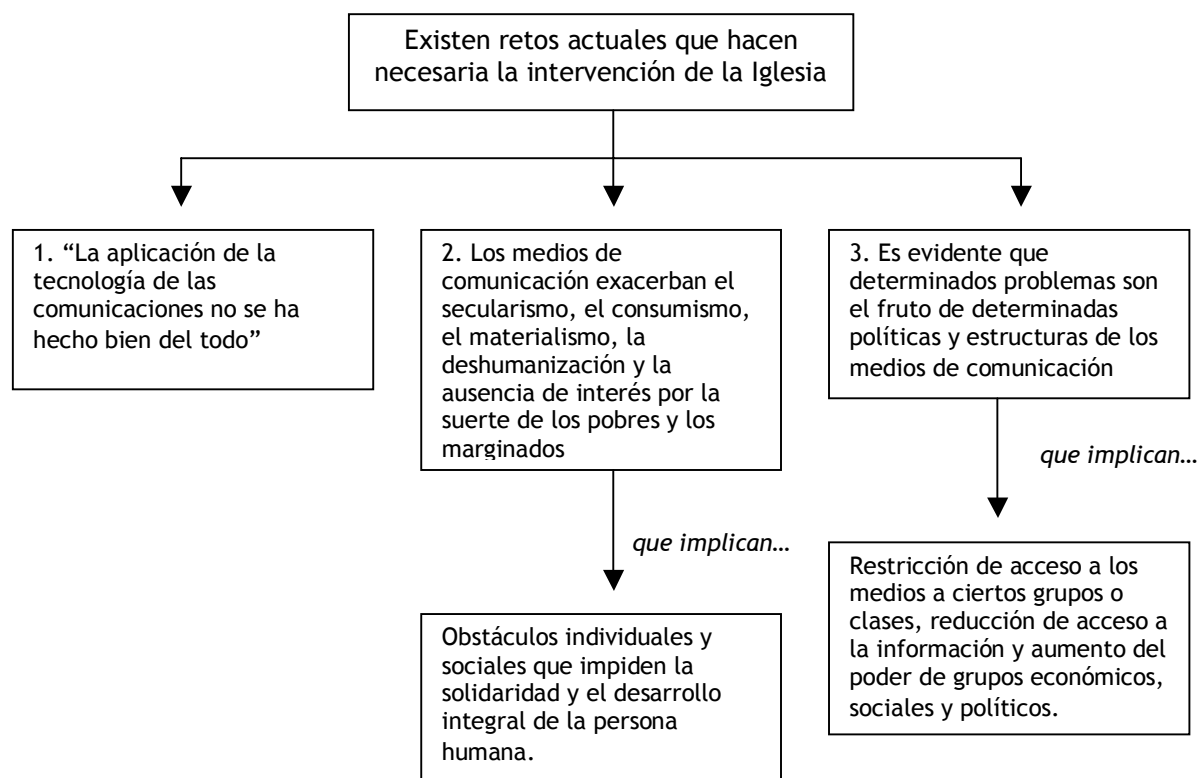


Figura N° 9: Estructura argumentativa *Aetatis novae* - Retos actuales de los medios de comunicación social

La forma en que las cuestiones identificadas como problemas están planteadas lleva a deducir que sus orígenes provendrían de tres fuentes diferentes. Según la exposición de los autores, la primera problemática podría interpretarse como procedente de un comportamiento incorrecto por parte de los sujetos; la segunda, como un efecto nocivo inherente a los medios; mientras que la tercera, como consecuencia no prevista de las políticas y estructuras mediáticas. Sin embargo, pese a la asertividad con que se plantean estos argumentos, si se los analiza con detenimiento, se verifica que ninguno de los tres corresponde a enunciados fácticos. Por el contrario, éstos se apoyan en juicios de valor (argumento n° 1) y en opiniones discutibles (argumentos n° 2 y n° 3); esto es, no gozan de una aceptabilidad total.

Cuando se plantean este tipo de enunciados no fácticos existe un problema de aceptabilidad de los argumentos. Por ello, es necesario sostenerlos con una argumentación adicional (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:97-98), que como se ve en el diagrama, es lo que los autores hacen para respaldar únicamente los argumentos n° 2 y n° 3 a través de relaciones sintomáticas. No obstante estas relaciones de implicancia tampoco tienen la fuerza debida como para constituirse como una defensa adecuada.

En consecuencia, ni los argumentos que fundamentan la caracterización de la situación como problemática, ni los que se derivan de ellos como forma de apoyo hacen posible una argumentación válida. Tampoco, en este apartado se hace una referencia explícita a cómo la actuación de la Iglesia ayudaría a revertir los retos indicados, ni siquiera cuando éstos son identificados como producto de orígenes tan disímiles.

Más allá de las falacias que aparecen en la defensa del punto de vista y de las dudosas omisiones, de lo que se pretende dar cuenta aquí es de la construcción discursiva arbitraria de una verdad que se asume como tal, sin la consistencia necesaria para desprender de ella la urgente e indiscutida intervención de la Iglesia como conclusión. Parecería ser que, a todo costo y sin importar las reglas de la argumentación, los autores buscan crear un mundo

discursivo problemático en que el rol de la Iglesia aparezca como fundamental. No se está diciendo que este mundo no sea problemático, pero decir que lo es, necesita de fundamentos más sólidos que no lleven a pensar que dicha caracterización sólo es un medio para legitimar la permanencia institucional de la Iglesia como autoridad de la verdad.

IV. PRIORIDADES PASTORALES Y MEDIOS DE RESPUESTA

En este capítulo los autores indican algunas cuestiones que deben ser tenidas en cuenta en la gestión de la comunicación institucional eclesiástica.

En primer lugar se señala la necesidad de respetar la idiosincrasia de cada comunidad cuando se planifica la utilización de los medios. Se resalta la importancia de mantener canales de comunicación tradicionales de tipo popular para la difusión del Evangelio, en la medida que estos permitan una comunicación más eficaz por el tipo de cultura de la comunidad. De cierta forma, esta recomendación sigue la línea de *Inter mirifica* y de *Communio et Progressio* cuando se establecía la necesidad de una actuación “contextualizada” por parte de la Iglesia

En segundo lugar, en el plano organizativo, se exhorta a las Diócesis y Conferencias Episcopales a incluir la comunicación como componente esencial en todo plan pastoral. Esto sí representa una novedad en relación a los otros documentos. Mientras que en *Communio et Progressio* el esfuerzo pastoral se orientaba a la conformación de comisiones y oficinas en todos los niveles para el estudio y promoción de los medios de comunicación social; en *Aetatis Novae* se da un paso adelante. La comunicación se presenta como un elemento que permea a toda la institución eclesial y cuyo tratamiento no debe recluírse únicamente al ámbito de dichas oficinas. Es preciso que los medios tengan su lugar en todo plan pastoral, en todo programa de acción evangelizadora, evitando así el peligro de considerar los medios como algo específico que compete en exclusiva a un grupo de personas que tiene ese cometido.

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 (nº 17).

Por último, se destaca la formación tanto doctrinal como técnica para los comunicadores sociales católicos. Sin embargo a ésta se le agrega una nueva área de preparación, no contemplada en el Magisterio precedente: la formación ética, como herramienta necesaria para responder a los dilemas y condiciones particulares del trabajo.

V. NECESIDAD DE UNA PLANIFICACIÓN PASTORAL

En el último capítulo se mencionan las obligaciones de los obispos y autoridades eclesiásticas respecto al manejo de la comunicación institucional. Las directrices que aparecen son las siguientes:

- Dar prioridad a las comunicaciones sociales en la asignación de recursos tanto humanos como materiales;
- Abordar la problemática de los medios de comunicación social en todos los planes pastorales;
- Redactar planes pastorales específicos para los medios de comunicación social;

- Revisar y actualizar periódicamente estos planes;
- Compartir los planes, evaluaciones, estudios realizados y demás datos útiles con otras oficinas.

Las indicaciones que aparecen en este capítulo, sumadas a las mencionadas en el capítulo anterior revelan una preocupación cada vez mayor respecto al campo de los medios de comunicación social. Incluso los términos técnicos y el tratamiento de la comunicación como una tarea que atañe a toda la institución eclesial representan una progresiva profesionalización en la gestión de las relaciones públicas en el seno de la Iglesia.

CONCLUSIÓN

Al final del documento los autores realizan una breve conclusión compuesta de tan solo dos proposiciones.

En la primera de ellas, se reitera la repetida definición eclesial de los medios de comunicación social como “dones de Dios” y su principal objetivo -deducido de dicha concepción-, unir fraternalmente a los hombres para lograr el progreso humano.

La segunda proposición consiste en una argumentación basada en una relación de analogía, por la que queda establecida la legitimidad de la posición social de la Iglesia y de su rol en la nueva sociedad de la información:

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 (nº 17).

Dada la brevedad de esta sección, la importancia que las conclusiones representan en el exordio de todo documento y la repetición incesante de estas dos concepciones en éste y los textos precedentes, se hace evidente que la intención de los autores está orientada a que estas proposiciones - la valoración positiva del fenómeno mediático, la misión fundamental de los medios de comunicación para la comunión y el progreso y el rol de la Iglesia como guía moral- se conviertan en las máximas que guíen la actuación de la Iglesia en el campo de las comunicaciones sociales.

7.6.2 CONSIDERACIONES FINALES INSTRUCCIÓN PASTORAL *AETATIS NOVAE*

Aetatis Novae es un documento de menor extensión respecto a *Communio et Progressio*, pero que recoge sus principales lineamientos y repite muchos de los temas enunciados precedentemente: la teología de la comunicación basada en la comunión, la defensa del derecho a la información y a la comunicación, la relación medios/cultura, el desarrollo de los instrumentos de comunicación social en la Iglesia y la Pastoral de los comunicadores católicos.

Sin embargo, aunque en esta instrucción prevalezca una evaluación positiva de las comunicaciones sociales, el tono optimista y de exaltación de *Communio et Progressio* - tal vez fundado en la necesidad de disipar muchas sospechas de antiprogresismo-, desaparece. En esta instrucción, el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, trata a los nuevos medios con más distancia y cautela, haciendo mayor hincapié en sus efectos negativos y limitando su omnipotencia cuando señala que para la evangelización las manifestaciones tradicionales de tipo popular no son de menor importancia.

La cautela también se percibe cuando se discurre sobre el impacto cultural de los nuevos medios. Si bien se enfatiza su poder como una nueva realidad social que debe ser entendida y explotada por la Iglesia, aparecen de forma implícita proposiciones que indican una preferencia por lo tradicional, por las normas morales y familiares de antaño, por la realidad no mediática. Por momentos, da la impresión de que la Iglesia reconoce un nuevo social, lo festeja, pero que a su vez se niega a aceptarlo del todo, argumentando sobre la favorabilidad de mantener el *status quo* e implícitamente su posición y prestigio de antaño.

La construcción de un mundo problemático como defensa del rol social

Una característica notable de *Aetatis Novae* es el reconocimiento de que dentro de los efectos positivos del desarrollo de los medios vienen adjuntas una innumerable cantidad de consecuencias negativas. Los autores ya no se detienen en el debate de si estos efectos son o no inherentes a los medios, si se deben a la situación del contexto o si se engendran en el abuso de los medios. Sólo se los reconoce, incluso de forma arbitraria y sin demasiada consistencia, para a partir de ellos legitimar un lugar y un rol a la Iglesia Católica como “ayuda” y guía moral.

No obstante, los autores tampoco se detienen a explicar cómo dicha intervención ayudaría a solucionar los problemas planteados. Esto es, se omite cualquier reflexión sobre el alcance que la educación ética y moral cristiana y los esfuerzos a nivel micro que la Iglesia propone para los agentes más vinculados con la esfera de las comunicaciones sociales. Las directrices éticas se presentan todas ellas como el único remedio capaz de cambiar un mundo discursivamente construido bajo la caracterización de una crisis de valores, de luchas sociales en que el poder económico y político parecen ser los únicos móviles de acción, de estructuras y políticas injustas.

En estas directrices se advierte, como ya fue señalada en otros textos, una óptica antropocéntrica y voluntarista: es el hombre el principal responsable de los efectos negativos en esta sociedad de comunicación generalizada, pero es, a la vez, él el único que puede redimir sus errores; basta con que imprima toda su voluntad en tal empresa y que, utilizando los dones de Dios y siguiendo sus consejos -o los de la Iglesia- vuelva al camino recto de la Verdad y de la Vida, de la comunión y del progreso. Esta lógica de pensamiento subyace a la mayoría de las directrices planteadas como “respuestas al problema”:

Se insiste en la formación de la juventud, de los padres y educadores como tarea clave para una transformación de la sociedad en línea de los valores del evangelio, como si el fenómeno educativo estuviera al margen de la realidad y fuera perfectamente autónomo y controlable. Se insiste en la exhortación a toda la sociedad a tomar parte activa a través de sus opiniones para hacer de los medios de comunicación un ámbito más justo, como si la simple voluntad de participar garantizara la equidad. Se insiste en la aplicación de leyes como si quienes las crearan fuesen hombres sin otro interés más que el bien común - y como si el bien común fuese un valor unívoco, de fácil discernimiento y aplicación- y como si la garantía jurídica fuese la respuesta a todos los problemas estructurales.

No se pretende debatir aquí sobre la falsedad / veracidad de estas afirmaciones. No es el objetivo del presente trabajo de investigación. Únicamente se busca resaltar, cómo ciertas concepciones muy discutidas acerca de la realidad actual son presentadas discursivamente como verdades irrefutables.

En el texto no hay lugar a objeciones y cuestionamientos. No hay ni siquiera modalidades enunciativas que restrinjan el alcance absoluto de las cuestiones expresadas. Tal vez, ello pueda ser explicado y justificado como un rasgo típico del discurso autoritario de las religiones, pero es precisamente a ese punto donde se pretende llegar. ¿Es el discurso autoritario de las religiones, o mejor dicho, de la Iglesia Católica, la mejor vía para pensar e interpretar la nueva sociedad mediática? ¿Es la mejor vía para desprender de estos razonamientos los planes de acción eclesial?

La nueva era: ¿una concepción holística o instrumental?

En esta instrucción se han reconocido varios fragmentos textuales donde la Iglesia dice reconocer una nueva realidad que se extiende mucho más allá de la irrupción de nuevas tecnologías de información y comunicación. Se trata de una concepción holística del social contemporáneo que abarca no sólo el aspecto mediático sino también el cultural, el social, político y económico.

En consecuencia, los autores plantean el deber de la Iglesia de avocarse a la reflexión de las circunstancias contextuales con el objeto de repensar dentro de ellas su inserción y acción evangelizadora. A la vez, enfatizan la necesidad de que dicha adaptación no sea sólo instrumental, esto es, que el resultado de la reflexión no caiga únicamente en la incorporación de nuevas técnicas de difusión a sus programas apostólicos, sino que abarque estrategias comunicativas y actitudinales que estén en sintonía con todas las aristas de la cultura mediática contemporánea: formas de aprendizaje, formas de relaciones, formas de pensar...

No obstante, a pesar de las numerosas argumentaciones sobre por qué llevar esta concepción holística a la práctica, las directrices para su puesta en marcha no parecen reflejar dicho proyecto. Los esfuerzos pastorales continúan defendiendo y promoviendo un rol de la Iglesia como “la” guía moral de la sociedad. Los nuevos valores sociales y los usos de los medios son interpelados y contrastados con la doctrina cristiana. Todo aquello que no esté en consonancia con los principios eclesiales, es tachado como incorrecto. Es entonces cuando se despliega una compleja artillería de recursos discursivos que integran fundamentos provenientes de la teología cristiana y de la concepción eclesial de la dignidad humana y el bien común en un doble esfuerzo argumentativo: primero, se busca dar cuenta de la nocividad de los disvalores implicados en la sociedad de la información; luego, se intenta persuadir sobre la urgencia de eliminarlos, reincorporando los parámetros éticos y morales de antaño que la nueva cultura amenaza con desplazar. Esta argumentación en dos partes basada en el esquema problema/solución se reitera en prácticamente todos los textos analizados.

Es aquí donde, a criterios del autor, -y en miras a las intenciones eclesiales de interpretar holísticamente el fenómeno de las comunicaciones sociales- el razonamiento de la Iglesia estaría fallando. Hoy la realidad es producto de un doble juego que consiste en los cambios que las nuevas tecnológicas suscitan en los diferentes ámbitos de la sociedad, y en cómo éstos según su idiosincrasia las incorporan a su funcionamiento. Los valores, los usos, los estilos de vida, la propia cultura se vuelven fuerzas autónomas que surgen como resultado de una hibridación tecnosocial. Abandonar una concepción instrumental de los medios significa salir del razonamiento antropomórfico. Significa dejar de lado la ideas de que “los hombres usan los medios conforme a sus propósitos y a sus necesidades” y de que “son los hombres quienes tienen la facultad de modificar sus estilos de vida y cultura conforme a su voluntad”, pero sin que ello suponga pasarse al otro extremo y pensar la realidad en términos tecnocéntricos; esto es, que la sociedad es puramente un producto de las nuevas tecnologías que imprimen al hombre sus propias reglas y condiciones.

Cuando se aborda el tema de la actuación de la Iglesia ante esta nueva realidad, las propuestas pastorales siguen elaborándose bajo la primera posición: la antropocéntrica. Si la cultura y la moral ya no son más producto de las decisiones de los individuos sino de una fusión que integra también el componente técnico, ¿Qué sentido tiene para la Iglesia continuar erigiéndose como la “guía moral de la sociedad”? ¿Cómo se puede diseccionar la nueva cultura para reconocer en ella valores nocivos para el bien común?, ¿Qué legitimidad tienen los parámetros sobre los cuales se basan esas calificaciones?, ¿Qué posibilidades reales existen de erradicarlos?, ¿Pueden los hombres con su simple voluntad cambiar tendencias sociales cuyas fuerzas le son ajenas?

Es por estas razones que se considera que, más allá de los esfuerzos y recomendaciones, en este texto no hay una verdadera maduración de lo que implica “salirse” de un paradigma instrumental a la hora de reflexionar sobre el fenómeno mediático y sus consecuentes repercusiones en la actuación de la Iglesia.

7.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: LA SOCIEDAD EN RED

Los años posteriores a la publicación de *Aetatis Novae* fueron testigo del surgimiento y consolidación de un nuevo sistema electrónico de comunicación caracterizado por su alcance global, integración de todos los medios de comunicación e interactividad potencial.

Como si no bastasen las inestabilidades, intersticios, deslizamientos y reorganizaciones constantes de los escenarios culturales mediáticos, desde mediados de los años 90', esos escenarios comenzaron a convivir con una revolución de la información y de la comunicación cada vez más omnipresentes que viene siendo llamada "revolución digital". (Santaella, 2003:59)²⁰

Subyacente a esta revolución se encuentra la posibilidad engendrada por las computadoras de convertir toda información -texto, sonido, imagen y video- en un mismo lenguaje universal. A través de la digitalización y de la interpretación de datos que ella permite, todos los medios pueden ser traducidos, manipulados, almacenados, reproducidos y distribuidos digitalmente, produciendo el fenómeno de la convergencia de medios o *hipermedia*; esto es, la formación de un supertexto y un metalenguaje que, por la primera vez en la historia, integra en un mismo sistema las modalidades escrita, oral y audiovisual de la comunicación humana.

Otro factor clave en esta revolución fue la consolidación de las comunicaciones globales mediadas por computadoras y, fundamentalmente, la de Internet, su espina dorsal. El proceso de formación y difusión de Internet moldeó de forma definitiva la estructura del nuevo vehículo de comunicación en la arquitectura de la red, en la cultura de sus usuarios y en los nuevos patrones reales de comunicación. Las redes interactivas de computadoras crecieron exponencialmente, creando nuevas formas y canales de comunicación, moldeando la vida, y, al mismo, tiempo siendo moldeadas por ella.

El momento explosivo para eso se dio cuando la computadora se unió a las redes de telecomunicación, lo que resultó en algo único en la historia de las tecnologías mediáticas. Los cerebros de las computadoras antes cerrados en banco de datos con acceso limitado, se trasladaron a las periferias, para la extremidad inferior de la jerarquía, para el terminal del usuario, para el recinto del cliente. La alianza entre computadoras y redes hizo surgir el primer sistema ampliamente diseminado que da al usuario la oportunidad de crear, distribuir, recibir y consumir contenido audiovisual en un solo equipo. (Santaella, 2003:20)²¹

La coexistencia pacífica de varios intereses y culturas en la Red tomó, a mediados de los 90', la forma de la World Wide Web (WWW), una red flexible formada por redes dentro de Internet donde instituciones, empresas, asociaciones y personas físicas crean sus propios sitios. La Web propició la agrupación de proyectos e intereses en la Red, superando la búsqueda caótica y demorada de la Internet pre-WWW. Con base en esas agrupaciones personas y organizaciones fueron capaces de interactuar de forma expresiva en lo que se

²⁰ Traducción propia

²¹ Traducción propia

tornó, literalmente, una tela de alcance mundial para la comunicación individualizada e interactiva. (Castells, 2008:440)

La integración de texto, imágenes y sonidos en un mismo sistema, interaccionando a partir de puntos múltiples en el tiempo escogido (real o atrasado), dentro de una red global, en condiciones de acceso abierto y de precio accesible, cambia de forma radical el carácter de la comunicación.

Por la primera vez en la historia de la humanidad, la comunicación se torna un proceso de flujo en que las viejas distinciones entre emisor, medio y receptor se confunden y se intercambian hasta establecer otras formas y dinámicas de interacción, imposibles de ser representadas según los modelos de los paradigmas comunicativos tradicionales. Delante de nuestros computadores conectados en red, podemos comunicar solamente si pasamos a interactuar con nuestras interfaces (mouse, teclado y redes en general) en un diálogo constante, en el cual es excluido cualquier tipo de pasividad ligado a la forma comunicativa del espectáculo y cualquier forma de nítida distinción entre el productor y el receptor del mensaje. (Di Felice, 2008:23)²²

La verificación constante de que se está atravesando un período de cambios particularmente rápidos e intensos ha llamado la atención de muchos estudiosos en todo el mundo. La reflexión sobre estas cuestiones también se hizo presente en la Iglesia Católica. El Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales presentó en febrero de 2002 dos nuevos documentos: *Ética en Internet* y *La Iglesia e Internet*. En el primero de ellos se reafirman los principios éticos básicos que atañen al uso de la red informática y se afrontan sus problemas éticos específicos. En el segundo, se explica la red como un desafío y las implicancias que tiene para la religión y, especialmente, para la Pastoral de la Iglesia.

7.7.1 ANÁLISIS LA IGLESIA E INTERNET

El documento Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, está organizado en tres secciones:

1. Introducción
2. Oportunidades y desafíos
3. Recomendaciones y conclusión

INTRODUCCIÓN

Los autores comienzan su escrito justificando el interés del fenómeno de Internet de manera deductiva, como una prolongación particular derivada de la preocupación general de la Iglesia Católica sobre los medios de comunicación social.

A lo largo de toda la introducción, prevalece la valoración positiva de los medios de comunicación; ya sea de manera implícita, a través de subjetivemas y modalidades que dejan entrever una actitud de aprobación; ya sea de manera explícita: “La Iglesia ha tenido un enfoque fundamentalmente positivo de los medios de comunicación” (nº 1).

No obstante, la intención de los autores no es presentar el optimismo como una actitud actual hacia el fenómeno mediático, sino como un rasgo prevaleciente en todo el Magisterio de la Iglesia. Para ello, incluyen en su discurso algunos fragmentos de documentos precedentes en que se manifiesta la empatía de la Iglesia Católica hacia las comunicaciones sociales. Algunos de los fragmentos mencionados son:

²² Traducción propia

- La definición de los medios de comunicación social como “maravillosos inventos de la técnica”. Decreto Conciliar *Inter mirifica*.
- La advertencia sobre la inaceptabilidad e insuficiencia de una actitud restrictiva y de censura. Instrucción pastoral “Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales”.
- La definición de los medios de comunicación social como “dones de Dios”. Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*.
- La finalidad salvífica de los medios de comunicación social. Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*.
- El misterio de la vida, muerte y resurrección de Jesucristo como modelo ideal de comunicación. Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*.
- La finalidad divina de los medios de comunicación para propagar el reino de Dios. Decreto Conciliar *Inter mirifica*.

Además de otorgar mayor prestigio y veracidad a la enunciación, estas citas permiten dibujar el interés y la acogida de la Iglesia al mundo de las comunicaciones sociales como un *continuum*, como una política de actuación que desde siempre ha prevalecido en el Magisterio. No obstante, tanto el análisis de los textos como las referencias históricas sobre la relación Iglesia/medios presentes en este trabajo, dan cuenta de que no siempre las autoridades eclesásticas tuvieron esta mirada tan positiva hacia las técnicas de difusión. Como se constató anteriormente, hasta los albores del Concilio Vaticano II, la Iglesia mantuvo una actitud de recelo respecto al fenómeno mediático. A pesar de que los autores en su escrito pasan por alto este hecho, parece que sí lo tuvieron en cuenta en la selección de las citas, pues todos los fragmentos que ilustran la mirada benevolente de la Iglesia proceden de textos posteriores a la etapa preconiliar.

A partir de esta construcción discursiva de la Iglesia como “amiga” de los medios y de sus potencialidades para el designio de Dios, los autores trasladan deductivamente dicha interpretación a Internet. Para justificar este pasaje de “género a especie”, se enumeran una serie de ámbitos donde Internet ha producido “cambios revolucionarios”: el comercio, la educación, la política, el periodismo, las relaciones interculturales e internacionales.

En los párrafos siguientes, se presentan los motivos que llevan a la Iglesia a interesarse por los medios de comunicación en general. Si bien esta temática ya fue desarrollada en extensión en los documentos analizados anteriormente, aquí el interés es presentado bajo la forma de dos objetivos claramente establecidos:

1. Fomentar su correcto desarrollo y uso.

La justificación de este objetivo se fundamenta discursivamente a partir de dos premisas: la primera, referida a la magnitud e incidencia de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo social; la segunda, referida a la misión divina de la Iglesia como promotora del reino de Dios en la Tierra. Si los medios son claves para el progreso; y si la Iglesia tiene como función promover ese progreso; entonces, la Iglesia debe fomentar su correcto desarrollo y aplicación. Respecto al cómo, los autores establecen que la intervención de la Iglesia debe hacerse por medio del diálogo con los agentes involucrados en la planificación y gestión de los medios. De esta manera, la Iglesia católica se autopresenta en la esfera mediática como un interlocutor válido en los debates de las comunicaciones sociales, como un actor clave en cuanto sus principios y enseñanzas serían capaces de asegurar “el progreso humano, la justicia y la paz, para construcción de la sociedad en los ámbitos local, nacional y comunitario a la luz del bien común y con espíritu de solidaridad” (nº 3).

2. Utilizar los medios como canales para la difusión de su doctrina

Para la justificación de este objetivo los autores recurren a la teología de la comunicación cristiana, ampliamente desarrollada en los documentos analizados con anterioridad. El empleo de las técnicas de difusión es visto como imprescindible para una institución que tiene asignada la función de traspasar el mensaje divino de salvación a todos los hombres.

Otro aspecto que cabe analizar en estos dos objetivos es la concepción que tienen sobre las comunicaciones sociales. En ellos es posible reconocer dos enfoques diferentes. Mientras que en el segundo objetivo, el interés en los medios es netamente instrumental -la Iglesia pretende utilizarlos como una herramienta de difusión para transmitir la palabra evangelizadora-, en el primer objetivo, el interés no se manifiesta como exclusivo de la técnica sino que abarca la sociedad mediática en su conjunto: los usos, estructuras y consecuencias de las comunicaciones sociales. Se podría decir que se trata de una mirada holística o cultural de los medios, dentro de la cual la Iglesia se posicionaría como fuente de autoridad ética y moral para guiar su correcta configuración y funcionalidad.

De esta manera, se podría concluir que el interés eclesiástico en los medios se justifica por dos razones diferentes: el primero en vistas del progreso humano, y el segundo en vistas de la misión evangelizadora de la Iglesia. No obstante, un análisis más profundo anula esta diferencia de sentido al revelar que, básicamente, estos dos objetivos son en verdad uno solo, o que el primero se transforma en un medio para el segundo.

Si se examina con mayor detalle la estructura del párrafo en donde se plantea el primer objetivo, el autor enumera una serie de valores universales (progreso humano, justicia, paz, bien común y solidaridad), comunes a toda la humanidad, independientemente de la religión de cada persona. Esto lleva a pensar que la preocupación de la Iglesia en el progreso humano estaría por encima de toda preferencia religiosa. Sin embargo, esta “secularidad” de las intenciones eclesiásticas desaparece cuando al finalizar el párrafo, los autores plantean que la comprensión de los medios y el apoyo a los responsables de éstos tiene por finalidad “hacer propuestas significativas con vistas a la eliminación de los obstáculos que se oponen al progreso humano y a la proclamación del Evangelio” (nº 3), objetivo que, en realidad, corresponde al segundo interés: facilitar la transmisión del mensaje de la Iglesia. En consecuencia, la única diferencia semántica que hay entre uno y otro objetivo sería que el primero se referiría a un “allanar el terreno” para la difusión de la doctrina de la Iglesia, mientras que el segundo contemplaría la difusión de la doctrina *per se*.

Para finalizar la introducción, una vez más, los autores recurren a la lógica de la deducción para trasladar lo expuesto -esta vez, el interés de las comunicaciones sociales- a Internet y, así, introducir sus valoraciones sobre este medio en particular:

Todo esto se aplica a Internet. Y aunque el mundo de las comunicaciones sociales «puede dar la impresión de oponerse al mensaje cristiano, también ofrece oportunidades únicas para proclamar la verdad salvífica de Cristo a la entera familia humana. (...) Pensemos (...) en las grandes posibilidades que brinda Internet para difundir información y enseñanza de carácter religioso, superando obstáculos y fronteras. Los que han predicado el Evangelio antes que nosotros jamás hubieran podido imaginar una audiencia tan vasta. (...) Los católicos no deberían tener miedo de abrir las puertas de los medios de comunicación social a Cristo, para que la buena nueva pueda ser oída desde las azoteas del mundo». (nº 4)

El optimismo hacia Internet es ilustrado con un fragmento del mensaje de Juan Pablo II, para la XXXV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Si bien en la cita se hace mención a la clásica dualidad de efectos mediáticos, varios trazos del enunciado indican la preponderante valoración positiva que los autores intentan proyectar en su discurso en relación a Internet. En primer lugar, la sintaxis de la oración donde aparece dicha ambivalencia hace que los efectos positivos queden resaltados. En segundo lugar, el alcance de la aserción sobre los efectos negativos queda restringida por su subordinación a la frase “puede dar la impresión de...”, estructura que no se reitera al referirse de los efectos positivos. Por último, las potencialidades de Internet se ven enfatizadas cuando, al finalizar el párrafo, se destacan la ubicuidad y el alcance a una vasta audiencia como propiedades funcionales a la difusión del mensaje cristiano y se incita a los fieles a incursionar en dicho medio.

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS

Antes de analizar el contenido de este capítulo, cabe destacar que en su título los autores utilizan la palabra *desafío* para indicar los aspectos negativos que Internet tiene para la Iglesia Católica y que desarrollan al finalizar esta sección. Dicha elección léxica para designar de manera neutral/positiva las vicisitudes de este medio de comunicación es otra señal del enfoque positivo hacia el fenómeno mediático que se intenta plasmar en este documento.

En el primer párrafo de este capítulo, los autores comienzan estableciendo una definición acerca de los que son “las comunicaciones que se hacen en la Iglesia y para la Iglesia”:

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. (nº 5)

Tanto por la forma en que se describe el mensaje de la Iglesia como por el lugar que ocupa - como encabezamiento de un capítulo- se deduce que la intención de los autores aquí es colocar a las comunicaciones eclesiológicas como un elemento fundamental e imprescindible en la sociedad contemporánea y, en consecuencia, posicionarlas en un lugar dominante respecto al resto de los mensajes que circulan. Subyacente a esta definición los sintagmas “secularización radical”, “conflictos”, “divisiones” construyen una imagen de mundo problemática que legitima y otorga aún mayor importancia a las propiedades benéficas del mensaje cristiano.

Este fragmento constituye además una rica descripción de recursos del *in-group*. Como ya fue señalado en otros textos y según lo aquí expresado, la Iglesia Católica se presenta como la portadora de “la verdad”, de un conocimiento sagrado que trasciende la experiencia humana y que es clave para el presente y futuro de los hombres. La proclamación de ese mensaje único, del cual únicamente la Iglesia es propietaria, coadyuvaría entonces a la justicia y bienestar de toda la humanidad.

Aquí también aparece la cuestión de la secularización, término que es presentado con una connotación sumamente negativa y asociada a problemas sociales. Esta cuestión se reiterará más adelante en el discurso, donde se la analizará con mayor detenimiento.

A partir de esta suerte de explicación del valor de las comunicaciones de la Iglesia, los autores se adentran en los efectos de Internet a través de un extenso racconto de los beneficios potenciales que este medio comporta para la religión cristiana. Los mismos pueden sintetizarse en las siguientes proposiciones:

Beneficios de los media en general:

- a) Transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso
- b) Sirven como vehículos para la evangelización y la catequesis
- c) Proporcionan inspiración, aliento y oportunidades de participar en funciones litúrgicas a personas obligadas a permanecer en sus hogares o en instituciones

Beneficios específicos de Internet para los fieles:

- d) Proporciona al público un acceso directo e inmediato a importantes recursos religiosos y espirituales: grandes bibliotecas, museos y lugares de culto, documentos del Magisterio, y escritos de los Padres y Doctores de la Iglesia, y la sabiduría religiosa de todos los tiempos

e) Posee una notable capacidad de superar las distancias y el aislamiento, poniendo en contacto a personas animadas por sentimientos de buena voluntad que participan en comunidades virtuales de fe para alentarse y apoyarse recíprocamente.

Beneficios específicos de Internet para la ejecución de las actividades de la Iglesia Católica:

f) Facilita la evangelización, que incluye tanto la re-evangelización como la nueva evangelización y la tradicional labor misionera *ad gentes*; la catequesis y otros tipos de educación; las noticias y la información; la apologética, el gobierno y la administración; y algunas formas de asesoría pastoral y dirección espiritual

g) Proporciona a la Iglesia medios para comunicarse con grupos particulares —jóvenes y adultos, ancianos e impedidos, personas que viven en zonas remotas, miembros de otras comunidades religiosas— a los que de otra manera difícilmente podría llegar.

Cabe destacar que todos los beneficios a los cuales se hace referencia provienen de una visión de los medios como herramientas, esto es, se desprenden de una visión instrumental. En la perspectiva de los autores, los medios de comunicación social -y principalmente, Internet- serían literalmente “medios”; esto es, canales o técnicas que permitirían a los fieles mayor accesibilidad a contenidos religiosos y a la Iglesia, mayor difusión y alcance de su doctrina. Estos beneficios residirían en las siguientes propiedades o atributos de Internet:

- capacidad de transmisión de contenidos audiovisuales (a; b; f, g)
- accesibilidad a la información (c; d)
- inmediatez (d)
- segmentación de destinatarios (g)
- ubicuidad (e; g)
- interactividad (e)

A fin de otorgar mayor solidez a su fundamentación teórica sobre los beneficios de Internet, los autores emplean el recurso de la ilustración destacando la utilización y el usufructo de este medio por diferentes niveles e instituciones de la Pastoral de comunicación.

Una vez desarrollada esta argumentación del porqué utilizar Internet, se exhorta a los organismos de la Iglesia y a los fieles a obtener formación sobre Internet. Sin embargo, este aprendizaje asume dos enfoques diferentes dependiendo de los agentes a los cuales hace referencia. Así, en lo que respecta a la formación de los miembros de la Iglesia, la educación se centra en la comprensión del medio para su utilización efectiva como canal de transmisión de la ideología eclesial y como herramienta de organización y coordinación intragrupal:

Dado que anunciar la buena nueva a la gente formada por una cultura de los medios de comunicación requiere considerar atentamente las características especiales de los medios mismos, 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. (...) La Iglesia también necesita comprender y usar Internet como un medio de comunicaciones internas (nº 5).

En cambio, en lo que concierne al aprendizaje de los fieles en este ámbito, la educación se centra no en las habilidades técnicas y en la producción de contenidos, sino en la adquisición y desarrollo de un juicio crítico para la exposición a los contenidos que circulan por Internet.

La educación para el uso de los medios de comunicación social, más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos; se trata de 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 (...) Así, la enseñanza sobre Internet y las nuevas tecnologías implica mucho más que meras enseñanzas técnicas; los jóvenes necesitan aprender cómo funcionar bien en el mundo del ciberespacio, cómo hacer juicios maduros, según sólidos criterios morales, sobre lo que

encuentran en él, y cómo usar la nueva tecnología para su desarrollo integral y en beneficio de los demás (nº 5).

Con esto se puede concluir que bajo la concepción de los autores, la formación en Internet tiene por objeto la preparación de los miembros de la Iglesia para ser mejores emisores, y la educación de los laicos para ser mejores receptores. En consecuencia, aquí, el modelo de comunicación subyacente podría ser representado como un modelo lineal y unidireccional en el cual emisor y receptor son figuras estancas con roles diferenciados: el primero transmite información y el segundo, la recepta.

Esta atribución de roles también puede advertirse más arriba, cuando se enumeraron los beneficios de Internet para la religión cristiana. Si se analizan detenidamente cada una de las proposiciones, éstas, en su mayoría, se refieren a las potencialidades de Internet para la difusión de los contenidos vehiculados por la Iglesia y en la accesibilidad a estos contenidos en lo que concierne a los fieles. Es decir, las ventajas de este medio nuevamente estarían interpretadas desde la concepción de un modelo de comunicación unidireccional: facilitar y efectivizar la tareas del emisor (Iglesia Católica); y, agilizar y simplificar el rol de los receptores (laicos).

No obstante, en este capítulo también se hace referencia al tema de la interactividad que comporta Internet como una ruptura en las concepciones de emisor y receptor que los medios tradicionales de comunicación presentaban:

El doble canal de interactividad de Internet ya está borrando la antigua distinción entre quienes comunican y quienes reciben lo que se comunica, y está creando una situación en la que, al menos potencialmente, todos pueden hacer ambas cosas. Esta no es la comunicación del pasado en una única dirección, de arriba a abajo. A medida que la gente se familiarice con esta característica de Internet en otros ámbitos de su vida, se puede esperar que lo utilice también por lo que respecta a la religión y a la Iglesia (nº 5).

Esta propiedad “interactiva” sirve de punto de partida al discurso tantas veces reiterado sobre la necesidad del diálogo entre la iglesia y sus fieles. Los autores presentan este principio como característico del Magisterio -“La tecnología es nueva, pero los criterios no” (nº 6)- y utilizando la misma estrategia que en la Introducción, presentan un collage de fragmentos de documentos anteriores -*Communio et Progressio*, Código de Derecho Canónico y *Aetatis Novae*- en donde se manifiesta el derecho de los fieles a expresarse y de los pastores a acoger sus opiniones. Según estas citas un diálogo fluido y bidireccional entre laicos y pastores es fundamental para lograr la comunión en la Iglesia.

Sin embargo, el tratamiento de esta cuestión no se desarrolla más allá de sus referencias intertextuales. Los autores no hacen ningún nuevo aporte respecto a cómo instrumentar este diálogo en Internet, cuál será el fin de esas opiniones ni tampoco especifican cuál es esa “enorme área donde los miembros de la Iglesia pueden expresar sus puntos de vista” (nº 6).

Las observaciones realizadas más arriba acerca de la descripción de los roles Iglesia/fieles dentro del modelo comunicativo, sumadas a estas omisiones, ponen en duda la veracidad de la representación discursiva de una Iglesia como institución “abierta al diálogo”. Ello conduce a interpretar el tratamiento de la interactividad como un manejo de imagen por parte de la Iglesia Católica en tiempos donde los flujos multidireccionales han cobrado protagonismo al punto de convertirse en el modelo ideal de comunicación. Al parecer este “valor” contextual es reconocido por los autores y, por medio de una relación basada en la analogía, lo asocian al principio de “bidireccionalidad” que la Iglesia proclama como máxima de su Magisterio en las comunicaciones con su comunidad.

Por otro lado, cabe destacar también que en su premura por asociar esta propiedad democrática de Internet al funcionamiento de la Iglesia y así destacarlo como un valor institucional, los autores pasan por alto cuestiones relevantes y terminan estableciendo una relación asociativa infundada. Establecer una relación de analogía o sinonimia entre interactividad y el deber/derecho de una comunicación bidireccional dentro de la Iglesia, demuestra una falta de reflexión por parte de los autores respecto a lo que verdaderamente

implica una comunicación propiamente interactiva y las repercusiones que genera en las formas de ser y estar en el mundo.

La bidireccionalidad pertenece al mundo de las comunicaciones analógicas²³, esto es de todas las tecnologías de información y comunicación anteriores a Internet. Ya sea para referirse a políticas organizacionales, para describir estructuras de funcionamiento o para el estudio de procesos informacionales específicos, cuando se habla de bidireccionalidad se supone que existe una posibilidad de segmentar y delimitar dos centros que cumplen en simultáneo los roles de emisor y receptor y que mantienen entre sí flujos continuos de información. En el caso particular de la comunicación de la Iglesia con sus fieles, la bidireccionalidad puede manifestarse siempre que se mantenga esta distinción de posiciones y exista un intercambio de mensajes, sin importar el grado de simetría de ese intercambio.

La interactividad, en cambio, surge a partir de estructuras rizomáticas de repase de informaciones, como lo es Internet. En los rizomas, la organización de los elementos que forman parte del proceso comunicativo no sigue líneas de subordinación jerárquica y sus componentes pueden afectar o incidir en cualquier otro. Son interconexiones infinitas, interdependientes y anárquicas. Si bien también supone flujos de comunicación, al no poder reconocer en su estructura posiciones y roles, tampoco puede establecerse una trayectoria. Se pierde todo sentido de orientación y se torna impertinente e irrisorio hablar de direcciones. Hablar de la interactividad en Internet, significa interpretar los comportamientos bajo el esquema rizomático y no simplemente de “un doble canal de interactividad” (nº 5).

A partir de esta suerte de explicación, se puede concluir que la descripción de interactividad dada por los autores y, en consecuencia, su visión de lo que significa un diálogo en la Iglesia, responden a una definición de bidireccionalidad propia de los modelos comunicativos tradicionales de las tecnologías analógicas de información, y no a una definición de interactividad propia de las redes globales mediadas por computadoras.

Una vez finalizado el racconto de los beneficios de Internet en lo que concierne a la perspectiva eclesial, los autores pasan a describir lo que, a su entender, son los aspectos negativos de este medio: “Internet también plantea algunos problemas especiales a la Iglesia, (...). A la vez que se destaca lo que es positivo en relación con Internet, es importante aclarar lo que no lo es” (nº 8).

En este punto se retoma la cuestión de la secularización como un mal general de la época actual:

En un nivel muy profundo, « a veces el mundo de los medios de comunicación puede parecer indiferente e incluso hostil a la fe y a la moral cristiana. En parte esto se debe a que la cultura de los medios de comunicación se ha ido impregnando progresivamente de una mentalidad típicamente posmoderna, según la cual la única verdad absoluta es que no existen verdades absolutas o, en caso de que existieran, serían inaccesibles a la razón humana y, por tanto, irrelevantes » (nº 8).

En esta cita se puede ver la desaprobación de la Iglesia hacia el nihilismo que caracteriza la sociedad contemporánea. La Iglesia, que reclama para sí el rol de depositaria y mensajera de la palabra de Dios se ve envuelta en una cultura que relativiza y desafía el estatus de verdad absoluta de su mensaje. Cabe destacar que es la primera vez que en los textos analizados se encuentra la crítica explícita hacia el pluralismo y el relativismo moral. En los documentos anteriores, cuando se hacía referencia a los males de la cultura mediática, éstos se presentaban a través de desvalores concretos y contrarios a las enseñanzas cristianas. En cambio, aquí es “la nada”, la falta de parámetros, la falta de una ideología única, lo que a los ojos de la Iglesia constituye un obstáculo para su accionar.

Otro aspecto que los autores caracterizan como un problema específico de Internet es la presencia de sitios Web cuyos contenidos difaman y atacan la doctrina cristiana. La desaprobación de este tipo de páginas se enfatiza al equipararlas a la pornografía y la

²³ El término analógico -del griego ἀνα-λυσω, proceder separando- es utilizado para referirse a las tecnologías mediáticas que instauran una separación entre emisor y receptor. (Di Felice, 2008:25)

violencia y al calificarlas como signos de la “más turbia de la naturaleza humana, dañada por el pecado”. La presencia de sitios que, autoproclamándose cristianos, profesan “interpretaciones doctrinales desviadas, prácticas arbitrarias de devoción y posturas ideológicas²⁴” es otro de los problemas que los autor señalan.

Sabiendo que estas afirmaciones pueden caer en el conocido debate de la libertad de expresión en los medios de comunicación, los autores se adelantan a posibles contraargumentos manifestando que:

(...) aunque el respeto a la libertad de expresión exige a veces tolerar hasta cierto punto incluso las voces de lo negativo, la aplicación de la autorregulación y, cuando sea necesario, la intervención de la autoridad pública, deberían establecer y hacer respetar algunos límites razonables acerca de lo que se puede decir (nº 8).

En este fragmento, los subjetivismos evaluativos “hasta cierto punto” -para calificar la tolerancia que la Iglesia debe tener- y “razonables” -para calificar los límites que la autorregulación o las autoridades deben hacer respetar- permiten a los autores establecer una especie de pseudo-solución y, de esta manera, proteger sus afirmaciones (y su imagen) de posibles cuestionamientos a favor de la libertad de expresión. No obstante, un análisis más profundo revela varias cuestiones inconclusas que, probablemente, de manera intencional se ha buscado evadir: ¿Hasta qué “punto” llega la tolerancia por parte de la Iglesia Católica? ¿Cuándo se hace “necesaria” la intervención de la autoridad pública? ¿Cuáles serían esos “límites razonables” que deben respetarse? ¿Cómo se deberían hacer respetar?

Otra preocupación que aparece en el texto respecto a Internet está relacionada al tipo de comportamientos que los internautas asumen cuando conectados a la red:

(...) la amplia gama de opciones relativas a los productos y servicios destinados al consumidor disponibles en Internet tiene un efecto indirecto por lo que atañe a la religión, y favorece un enfoque de « consumidor » sobre cuestiones de fe. Los datos sugieren que algunos visitantes de los sitios web religiosos pueden hacer compras, seleccionar y escoger elementos de paquetes religiosos a medida del usuario para adaptarlos a sus gustos personales. La « tendencia, por parte de algunos católicos, de matizar el grado de adhesión » a la enseñanza de la Iglesia es un problema conocido en otros contextos; se necesita más información para saber si, y hasta qué punto, Internet agrava este problema (nº 9).

En este fragmento se exhibe claramente una mirada de sospecha hacia la autonomía que Internet posibilita a los usuarios. La libertad para navegar por la red, para consumir y crear distintos tipos de contenidos, para interactuar, para comprar y para operar es vista como una amenaza para las instituciones caracterizadas por impartir en sus miembros doctrinas rígidas. Así, la posibilidad de los internautas de crear una experiencia religiosa “a medida” que tantos festejan, es desdeñada e interpretada como un problema para la Iglesia Católica.

La última cuestión que se coloca como una potencial dificultad se refiere al tipo de experiencia que la realidad virtual representa para los fieles. En este punto, los autores aclaran que si bien la utilización de Internet puede ser provechosa, la realidad virtual no puede reemplazar “el culto compartido en una comunidad humana de carne y hueso”. Para justificar esta aseveración el autor nombra una serie de elementos propios de la doctrina y los ritos cristianos que no estarían presentes en la experiencia virtual pero que cuya observación es indispensable para sus miembros.

En resumen, los peligros de Internet para la Iglesia católica serían:

1. la desaparición de verdades absolutas;
2. la circulación de informaciones y opiniones contrarias a la ideología cristiana;

²⁴ La palabra ideología es utilizada aquí por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales con una connotación negativa, como sinónimo de falsa conciencia.

3. el surgimiento de nuevas propuestas religiosas;
4. la existencia de grupos que se autoproclaman cristianos, pero que la Iglesia no reconoce como tales;
5. la posibilidad de experiencias religiosas “a medida”;
6. la disolución de límites entre “realidad verdadera” y “realidad virtual”;
7. el desplazamiento de la experiencia religiosa a la realidad virtual; y
8. la pérdida de la autoridad de las tradicionales mediaciones institucionales.

¿Podría concluirse entonces que es la propia naturaleza de Internet -secular, plural, democrática, no jerárquica, personalizada, ubicua- lo que representa un problema para la Iglesia?

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIÓN

En este capítulo los autores vuelven a señalar algunos de los ya mencionados beneficios que la formación en la utilización de Internet podría traer a la Iglesia. Cabe destacar que aparece por primera vez la mención de la utilización de Internet para auscultar la opinión pública -en la sección anterior se limitaba a la opinión de los fieles. Sin embargo, esta escucha continúa siendo concebida bajo el modelo de comunicación asimétrico bidireccional que ya ha sido señalado en el análisis de los documentos anteriores. La atención a la opinión pública no contempla la modificación de comportamientos por parte de la Iglesia, sino que estaría supeditada al mejoramiento de sus estrategias como emisora y de su posición central en el debate con el mundo contemporáneo.

Bajo la frase “ofrecemos una palabra de aliento” los autores introducen una serie de recomendaciones a los diferentes agentes sociales respecto a la formación en y empleo de Internet:

Para los dirigentes de la Iglesia, se enuncia la necesidad de formación específica en el área de los medios de comunicación con el objeto de establecer programas de comunicación y convertirse en referentes en el uso de los medios. La difusión del credo cristiano y la colaboración ecuménica e interreligiosa son otros aspectos que se verían beneficiados a partir del conocimiento de Internet. Por último, los autores proponen la creación de una suerte de certificación de los sitios Web católicos que sirva a los usuarios como “una guía segura sobre lo que expresa la posición auténtica de la Iglesia”.

Para los agentes pastorales, se recomienda el aprendizaje sobre Internet a fin de adaptar el estilo de sus mensajes a la sociedad mediática y, a su vez, utilizar este medio como herramienta de actualización en lo relativo a sus conocimientos teológicos y pastorales. Para aquellos agentes pastorales especializados en la comunicación el autor prescribe una formación doctrinal y espiritual con el objeto de plasmar exitosamente la doctrina cristiana en sus comunicaciones.

A los educadores y catequistas se les recomienda la formación de comunicadores y receptores, profesionales e investigadores de las comunicaciones sociales bajo los principios cristianos.

Para los padres, los autores sugieren el desarrollo y puesta en práctica de un juicio crítico para el consumo de contenidos mediáticos. A su vez, deben asistir y guiar a sus hijos en la utilización de los medios de comunicación social, principalmente de Internet.

En el apartado que hace mención a los niños, se hace hincapié en la dualidad de efectos que tendría el acceso y la utilización de Internet:

- Internet es una puerta abierta a un mundo atractivo y fascinante, con una fuerte influencia formativa; pero no todo lo que está al otro lado de la puerta es saludable, sano y verdadero (nº 11).
- Internet pone al alcance de los jóvenes en una edad inusualmente temprana una inmensa capacidad de hacer el bien o el mal, a sí mismos y a los demás (nº 11).
- Puede enriquecer su vida más allá de los sueños de las generaciones anteriores, y capacitarlos para que, a su vez, enriquezcan la vida de los demás. También puede arrastrarlos al consumismo, a la pornografía, a fantasías violentas y a un aislamiento patológico (nº 11).

Estos fragmentos ilustran cómo Internet se construye discursivamente como una herramienta de “doble filo”. Al igual que en los documentos anteriores, el efecto positivo que la utilización de Internet tendría para los jóvenes está supeditado al desarrollo de un espíritu crítico -según los valores cristianos- que evite la exposición pasiva de este grupo a los contenidos que circulan por el medio.

Para finalizar, los autores se dirigen a “todas las personas de buena voluntad” y establecen una serie de principios a los usuarios de Internet que deseen “hacer buen uso” del medio como herramienta. La estrategia empleada para este propósito es la de conectar cada una de las recomendaciones a lexemas asociados a cualidades positivas del accionar humano. De esta manera, se transfiere la aceptación universal de esta suerte de valores comunes a las proposiciones particulares establecidas:

- *Prudencia*, para sugerir a los usuarios atención y discernimiento ante los aspectos “benéficos” y “maléficos” de Internet.
- *Justicia y solidaridad* para indicar un accionar en pro de la inclusión de las personas que no tienen acceso a Internet.
- *Fortaleza y valentía* para defender y mantener la doctrina cristiana frente a otras posiciones ideológicas a los que el autor llama de “relativismo moral y religioso”.
- *Altruismo y generosidad* para combatir el “consumismo individualista”.
- *Decencia* ante contenidos repudiados por la Iglesia Católica y catalogados como pecado.
- *Templanza, autodisciplina, y sabiduría* para la utilización de Internet.

A manera de conclusión, los autores dan por finalizado su discurso incitando a la imitación del modelo por excelencia de la doctrina cristiana: Jesucristo. Bajo la valoración de “el perfecto comunicador” los autores exhortan a sus lectores a reproducir el “enfoque” de comunicación y los “contenidos” de las enseñanzas de Cristo en sus conductas relacionadas con los medios.

7.7.2 CONSIDERACIONES FINALES LA IGLESIA E INTERNET

En “La Iglesia e Internet”, los miembros del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales reiteran muchas de las cuestiones ya desarrolladas en los documentos del Magisterio posconciliar. Se mencionan y justifican desde la teología de la comunicación el interés de la Iglesia por los medios, sus derechos y objetivos, y la importancia de su participación en la cultura mediática. Luego, de forma deductiva, en una relación de género a especie se trasladan los mismos principios y valoraciones a Internet como un nuevo medio de comunicación.

Existe un marcado interés por parte de los autores en representar la Iglesia Católica Iglesia Católica como una institución que tiene un “enfoque positivo” hacia los medios de comunicación y, principalmente, hacia Internet. Para tal propósito, se despliega una serie de estrategias discursivas destinadas a llevar la atención de los lectores hacia sus potencialidades y, a la vez, convencerlos de la actitud asertiva que la Iglesia tiene en el mundo de las comunicaciones sociales.

Algunas de esas estrategias son:

- Recurrente utilización de términos con connotación positiva como sinónimos de los media. “Maravillosos inventos de la técnica”, “Dones de Dios” y “El primer areópago de la edad moderna” son algunas de las elecciones léxicas que permiten al autor
- Recurrente empleo de fragmentos extraídos de mensajes de los máximos exponentes de la Iglesia, documentos conciliares y post-conciliares e instrucciones pastorales que presentan una mirada alentadora hacia el uso de los medios de comunicación social.
- Profundo nivel de descripción en lo concerniente a las potencialidades de los medios y, fundamentalmente, sobre Internet.
- Innumerables exhortaciones a dirigidas tanto a las autoridades eclesiásticas como a los fieles y la sociedad en general, para educarse en las nuevas tecnologías y sacar el máximo provecho de las mismas en lo que respecta a la difusión de la doctrina cristiana. Se desdeña el miedo a la red, y se aboga por su pleno uso.

Una visión instrumental

A pesar de los intentos iniciados en *Aetatis Novae* para concebir la integridad del fenómeno de los medios de comunicación, aquí, la cuestión de la era digital es tratada únicamente desde su arista tecnológica. Como se ha demostrado en el análisis de este texto, la forma en que se construye discursivamente el fenómeno de Internet es a través de una visión puramente instrumental, como una herramienta con grandes potencialidades. Así, en su carácter de herramienta, el propósito de su utilización será lo que determinará la valoración de sus consecuencias: benéficas o maléficas. Tal vez esta concepción sea la elegida por los autores ya que es la única que le permite a la Iglesia Católica posicionarse como guía y parámetro universal de lo que sería “la” correcta utilización de Internet.

De esta manera, los autores se ven discursivamente autorizados a fundar ciertas directrices acerca de las iniciativas que deberían tomar las autoridades eclesiásticas y sus fieles. Básicamente, para los miembros de la Iglesia, las recomendaciones apuntan al máximo aprovechamiento de esta “herramienta” y sus atributos (accesibilidad, ubicuidad, instantaneidad, segmentación) para la difusión de la ideología cristiana. En lo que respecta al empleo de Internet por parte de los laicos, las directrices sugieren la evasión de contenidos catalogados como pecaminosos y la utilización de este medio para la reproducción de los contenidos enseñados por la Iglesia.

Otras visiones

Identificada la visión instrumental como concepción prevaleciente en el texto, cabría preguntarse que sucedería con otras interpretaciones alternativas del fenómeno de Internet. Otros enfoques sociológicos -Internet como un nuevo social, Internet como una nueva cultura, Internet como una otra o hiper-realidad- no sólo no son considerados en el discurso aquí analizado, sino que también son desacreditados de antemano. Un análisis de la visión de la Iglesia a partir de estas otras posiciones puede revelar varias implicaciones interesantes:

En lo que respecta a la visión de Internet como otro real o como un hiper-real, esto es una postura que privilegia las experiencias *sui generis* de las personas sumergidas en la realidad virtual, la misma no tendría cabida o sería irrisoria en el mundo discursivo creado por los autores:

Aunque la realidad virtual del ciberespacio no puede sustituir a la comunidad real e interpersonal o a la realidad encarnada de los sacramentos y la liturgia, o la proclamación inmediata y directa del Evangelio, puede complementarlas, atraer a la gente hacia una experiencia más plena de la vida de fe y enriquecer la vida religiosa de los usuarios, a la vez que les brinda sus experiencias religiosas (nº 9).

En este fragmento, los autores subordinan las experiencias de la realidad virtual a las de las experiencias interpersonales en un mundo sin mediación de elementos tecnológicos. Además, nuevamente aparece la apreciación instrumental de Internet; bajo la perspectiva eclesial, Internet únicamente “serviría” para realizar ciertas actividades que complementarían las de la vida real. Otra observación que cabe realizar aquí es la tajante separación establecida entre “realidad” y “realidad virtual”. Muchos teóricos señalan que se vuelve cada vez más difícil establecer esta separación al punto de presentar la realidad actual como una experiencia *cíbrida*²⁵.

El énfasis en esta separación y la subordinación de la realidad virtual podrían ser justificados si se los analiza a la luz de la supervivencia de la estructura institucional de la Iglesia, sus ritos y las formas tradicionales de transmisión de su ideología (la santa misa, sacramentos y demás celebraciones litúrgicas).

Otro enfoque desacreditado en el discurso es aquel que privilegia la cultura creada por las nuevas tecnologías y los valores que emergen con ésta:

(...) a veces el mundo de los medios de comunicación puede parecer indiferente e incluso hostil a la fe y a la moral cristiana. En parte esto se debe a que la cultura de los medios de comunicación se ha ido impregnando progresivamente de una mentalidad típicamente posmoderna, según la cual la única verdad absoluta es que no existen verdades absolutas o, en caso de que existieran, serían inaccesibles a la razón humana y, por tanto, irrelevantes (nº 5).

Por medio de esta cita los autores expresan su desaprobación hacia el relativismo y nihilismo característicos de la época actual, impulsados, según los supuestos de el presente trabajo de investigación, por los medios de comunicación social. En primer lugar, estos “desvalores” se contemplan como fuerzas extrañas, sin agentes, que afectarían a la cultura mediática, y no como posiciones impulsadas o condicionadas por ella. En consecuencia, se descarta la incidencia que los medios de comunicación tendrían en las formas de vivir y pensar de la sociedad - idea que resulta congruente y, a la vez, apoya la visión instrumental mantenida por los autores. Si los medios tradicionales e Internet no son más que herramientas, éstos no tendrían el suficiente poder para modificar las normas y valores sociales. Interpretar la “mentalidad típicamente posmoderna” como una fuerza extraña que “impregna” la cultura mediática facilita la calificación negativa de esta forma de pensar por parte de la Iglesia; una tarea que no sería posible si estos cambios sociales, contrarios a la doctrina eclesial, fuesen fruto de los medios, de cuyos beneficios se está intentando persuadir al lector.

Posiciones respecto a la realidad virtual

Heim (1999 ápod Santaella, 2003:22) identifica tres reacciones epistemológicas diferentes asumidas frente al fenómeno de la ciber-realidad: los idealistas de las redes, que consideran el mundo digital como la situación ideal para la evolución de la especie humana; los escépticos, que reconocen la confusión del proceso pero que adoptan una actitud de “dejar pasar para ver cómo resulta”; y los realistas ingenuos, quienes consideran que los sistemas digitales no pertenecen a la realidad.

Según lo analizado, la posición de la Iglesia respecto a la sociedad digital podría encuadrarse dentro de este último paradigma. Bajo ese punto de vista la realidad es el fenómeno físico que se percibe a través de los cinco sentidos: lo que se ve directamente a través de los propios ojos; lo que se escucha a través de los propios oídos, lo que se huele con la propia nariz, se saborea con la boca y se siente en la propia piel. En consecuencia, el sistema computacional es, en el mejor de los casos, una herramienta; y, en el peor, un espejismo de abstracciones que distraen a las personas del mundo real. Esta postura puede ser identificada en el discurso cuando los autores establecen la tajante separación entre realidad física y

²⁵ El término *cíbrido* se utiliza para designar un espacio o circunstancia en donde desaparecen los límites entre la realidad propiamente dicha y la realidad virtual. Esto sucede, por ejemplo, cuando en la vida cotidiana una persona está rodeada o utiliza dispositivos conectados a Internet y a otros usuarios.

realidad virtual e interpretan la confusión de estos límites como un problema para la Iglesia y la experiencia religiosa de sus fieles. Asimismo, la valoración positiva de Internet, queda supeditada únicamente a sus potencialidades como herramienta de información y formación; mientras que la idiosincrasia de la experiencia virtual de los internautas es vista con sospechas.

En la opinión de la Iglesia, los medios se infiltran y distorsionan la experiencia no mediatizada, comprometiendo y confundiendo su inmediatez. Por otro lado, las computadoras aceleran el proceso de recolección de datos y amenazan un poco más lo poco que resta de la experiencia pura e inmediata de la religión. Para Heim, los realistas ingenuos hablan a partir del miedo. Miedo de abandonar las instituciones y comunidades locales en pro de las virtuales; miedo de disminuir la proximidad física y la interdependencia mutua ¿Será que también la Iglesia “tiene miedo” de perder su centralidad en la medida que las redes se interponen como mediadoras de más y más actividades?

7.8 MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IGLESIA: CARACTERIZACIÓN DEL DISCURSO ECLESIAL

7.8.1 LA CONSTRUCCIÓN DE LA IGLESIA

Para poder caracterizar la construcción discursiva eclesial sobre los medios, es necesario, en primera instancia, identificar las expresiones presentes en el discurso que dan cuenta de las categorías que componen la ideología de esta Institución. Como fue explicado en el marco teórico, éstas son determinantes en la formación de opiniones y actitudes del grupo respecto a los temas sociales relevantes, y en el caso de este trabajo, respecto a la problemática de las comunicaciones sociales.

Descripciones auto-identitarias.

La Iglesia Católica legitima su fundación y su obra como parte de un proyecto de salvación de la humanidad que proviene de la voluntad divina, que trasciende al hombre, a las instituciones, a la sociedad, a la historia y al mundo pasajero. Su obra descansa sobre la nobleza de sus fines, el resguardo de lo sagrado y el destino hacia el más allá.

La Iglesia no admite el cuestionamiento de su doctrina ni de los fines que persigue. Para ejercer esta protección, en los textos se insiste en la separación durkheimiana de lo sagrado y lo profano, en la subordinación de los bienes terrenales al proyecto divino y en su concepción como medios para lograr el fin primordial: la vida eterna.

En efecto, es muy necesario y urgente cuidar para que los progresos de la ciencia y del arte, como así también de las artes de la industria técnica, verdaderos dones de Dios, sean dirigidos a la gloria de Dios, a la salvación de las almas, a la extensión del reino de Jesucristo sobre la tierra, que a todos, como Iglesia nos hace rezar: “aprovechemos los bienes temporales de tal forma que no perdamos los bienes eternos”. (Carta Encíclica *Vigilanti Cura*, nº 6)

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.4)

Los medios modernos de comunicación social son una parte importante de esta historia. Como dice el Concilio Vaticano II ‘aunque hay que distinguir cuidadosamente el progreso terreno del crecimiento del Reino de Cristo, sin embargo, el primero, en la medida en que puede contribuir a ordenar mejor la sociedad humana, interesa mucho al Reino de Dios’. (*La Iglesia e Internet*, nº 2)

Esta interpretación de los bienes y creaciones mundanos como instrumentos del plan de Dios garantiza a la Iglesia, representante de Cristo en la Tierra, una posición destacada en lo que respecta a la producción legítima de juicios sobre cualquier aspecto concerniente a la problemática social.

Respecto a los criterios de pertenencia, para la Iglesia Católica, todos los bautizados son miembros de la Iglesia y como tales deben coadyuvar a la misión institucional según su posición en la estructura jerárquica eclesial. El que pertenece a la Iglesia, pertenece a Cristo y, en consecuencia, participa de su misión. No obstante, este deber tiene un alcance distinto entre los fieles y, principalmente, para aquellos que han recibido el don del sacerdocio ministerial.

Descripciones de actividades y propósitos

Iluminada por el Espíritu Santo que le posibilita recibir la comunicación de Dios y transmitirla al mundo, la Iglesia se comprende como la mensajera de la palabra de Cristo. Su institución es la presencia concreta de Cristo resucitado en la historia humana y como tal su misión esencial reside en la construcción del Reino de Dios en la Tierra. Así, en lo que concierne a la vida terrenal, la Iglesia tiene como misión llevar las enseñanzas reveladas (tarea evangelizadora) marcando el sendero por el cual la humanidad debe transitar para lograr la salvación.

Esta comunicación es más que un ejercicio de técnica, pues «se basa en la comunicación entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo, y en su comunicación con nosotros»; y la realización de esta comunicación 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». Dios sigue comunicándose con la humanidad a través de la Iglesia, portadora y depositaria de su revelación, a cuyo ministerio de enseñanza viva ha confiado la tarea de interpretar de modo auténtico su palabra. (*La Iglesia e Internet*, nº 3)

Descripciones de normas y valores.

Si la misión de la Iglesia a través de sus miembros es la de cooperar con el progreso universal de la condición humana, así como impregnar de sentido moral la cultura, con el fin de dilatar, desde el servicio, el Reino de Dios entre los hombres; entonces las normas y valores por las cuales se rige esta Institución religiosa son una pieza fundamental en su actuación.

Las normas y valores asociados a la Iglesia que aparecen en los documentos son múltiples y de carácter general:

- Bien común
- Dignidad de la persona humana
- Verdad
- Justicia
- Paz
- Equidad
- Progreso humano
- Principio de subsidiariedad
- Participación social
- Principio de solidaridad
- Caridad
- Comunidad

Asimismo, la valoración de estas normas y valores, -que en su conjunto integran la Doctrina Social de la Iglesia Católica- se presenta como absoluta. Esto es, la Iglesia asume sus propios

valores como “los ideales” y los establece como los parámetros que deben guiar la vida terrenal en todos sus aspectos:

Es, pues, necesario que el cine irguiéndose al nivel de la conciencia cristiana, sirva a la difusión de sus ideales y deje de ser un medio de depravación y de desmoralización. (Carta Encíclica *Vigilanti cura*, nº 20)

El problema de la producción de filmes morales sería radical y felizmente resuelto, si fuese posible obtener una producción cinematográfica, inspirada completamente en los principios de la moral cristiana. (Carta Encíclica *Vigilanti cura*, nº 29)

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.7)

Ni una sana recreación (...), ni el progreso cultural pueden ser plenamente asegurados, sino con esta obra educativa iluminada por los principios cristianos. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.8)

[La Iglesia] 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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 2)

Descripciones de recursos, posición y de relación.

En todos los textos la Iglesia Católica aparece representada como una institución hegemónica. Dicha relevancia se construye y legitima como derivada de los recursos que posee: la detención de la “verdad” del misterio de Dios y de los medios de salvación. De estos recursos únicos e innegables se desprende la posición suprema de sus pronunciamientos, de su rol como guía moral y su derecho único y supremo de “comunicar”.

Dotados de esta legitimidad “natural”, y derivados de ella, todos los discursos del corpus comparten una invariante propia del dispositivo de enunciación religioso: la presuposición de una asimetría radical entre la Iglesia y el mundo. Esta concepción aparece tanto de forma explícita, en la superficie textual, como de forma implícita.

Respecto al primer caso, a continuación se citan algunos fragmentos de los textos en que se explica y justifica esta asimetría:

Ella misma [la Iglesia], sobre todos los otros, ha de transmitir a los hombres un mensaje universal de salvación (...), mensaje de incomparable riqueza y potencia que debe recibir todo hombre de cualquier nación o tiempo. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.1)

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.4)

En el segundo caso, la asimetría se manifiesta implícitamente a través del uso de metáforas para designar el rol de la Iglesia -como la madre que cuida a su hijo o el pastor que guía su rebaño- y en los actos de habla imperativos que aparecen cuando se exhorta a los agentes involucrados en las comunicaciones sociales para el establecimiento de comportamientos propicios al recto uso de los medios de comunicación social. Estas estrategias implican una autoridad “natural” que la Iglesia se adjudica y que legitima las relaciones asimétricas establecidas en su discurso.

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.1)

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.6)

Cabe destacar que estas informaciones identitarias, aquí interpretadas como descripciones de la estructura ideológica de la Iglesia Católica, no poseen variaciones dentro del período histórico considerado. Por el contrario, se refuerzan y profundizan a través de citas a documentos anteriores donde se retoman dichas descripciones para ilustrar manifestaciones discursivas actuales y legitimarlas a la luz de la propia ideología eclesial ya manifestada en otros textos.

7.8.2 ESTRATEGIAS IDEOLÓGICAS DE POLARIZACIÓN

Tal como van Dijk (1996, 1999b) identifica como propio de todo discurso ideológico, en los textos analizados la polarización *in-group* - *out-group* se caracteriza por la preferencia del *in-group* y el rechazo a las ideas y propósitos de los *out-groups* rivales; la autopresentación positiva; la asociación de la Iglesia con todas las cosas buenas; y, la de los rivales con todas las cosas malas.

La Iglesia se asocia con valores positivos -bien común, dignidad humana, justicia, verdad, equidad, etc.-; actividades positivas -fomentar el correcto desarrollo y uso de los medios, proteger y guiar a la sociedad-; y metas positivas -progreso humano, erradicación de la desigualdad y la inmoralidad, construcción de la sociedad a la luz del bien común y con espíritu de solidaridad. Mientras que, como se mencionó anteriormente, sus adversarios se asocian con valores negativos -inequidad, consumismo, ateísmo-; actividades negativas -reproducción de crímenes y vicios, aprobación y proclamación del pecado, ofensa a la moral cristiana y a la vida honesta-; y consecuencias negativas -ruptura del tejido social y sus instituciones, pérdida de valores morales.

In-group: Estrategias de legitimación/ autopresentación positiva

Además de la asociación explícita a valores, acciones y metas positivas, en el discurso eclesial aparecen otras estrategias que dan cuenta de la intencionalidad de los autores para presentar en términos beneficiosos a la Iglesia Católica.

Una posición destacada

La fundación de la Iglesia Católica como la heredera de Dios en la Tierra, la procedencia divina de su misión y la unicidad de sus recursos de salvación son tópicos utilizados con frecuencia para construir la superioridad de las opiniones, actuaciones e incluso de la misma existencia de la Institución eclesial. Esta construcción se realiza también implícitamente a través de actos de habla imperativos que la Iglesia se siente autorizada a realizar a fin de dictar pautas de acción y normativas a los diversos sectores sociales.

La bandera del bien común

Otra estrategia de legitimación recurrente es la justificación de las acciones eclesiales como promotoras del bien común. En lugar de referirse a los propios intereses del grupo - supervivencia institucional, difusión de la ideología, captación de adeptos-, es el bien de la sociedad en general el propósito a partir de la cual se construye la aceptabilidad y la honorabilidad de las proposiciones. Como fue señalado durante el análisis de los textos, van Dijk (1999b), identifica este mecanismo discursivo de legitimación como característico de los discursos dominantes.

Para legitimar la acción del *in-group*, éste necesita mostrar que sus principios básicos son justos, y que, posiblemente, los de otros grupos son incorrectos. O, más bien, pueden

afirmar que sus principios básicos son generales, si no universales, y, por lo tanto, se aplican a todos. Legitimar acciones en un conflicto social y en una situación de desigualdad en la que un grupo es, o puede ser, desafiado por otro, habitualmente implica la afirmación de que esas acciones están dentro del orden moral general y, por lo tanto, no justificadas sólo por fundamentos partidarios, interesados. Las ideologías de grupo pueden, entonces, ser declaradas como de sentido común o como principios que deberían ser seguidos por todos los miembros sociales, también los de otros grupos. (Van Dijk, 1999b:322)

El discurso de la Iglesia sobre la Iglesia

Otra estrategia recurrente para legitimar a la institución eclesial es la exaltación de las acciones y discursos pasados. En todos los textos del corpus aparecen referencias a actuaciones y pronunciamientos de personalidades y grupos cristianos relevantes -Legión de la Decencia, Jesucristo, Sumos Pontífices, Obispos conciliares- que revelan tanto en su selección y presentación como en su valoración una marcada intención de construir la institución católica en términos positivos.

Como ejemplos de los recortes de acontecimientos y discursos se pueden citar:

- la contextualización de Pío XI en *Vigilanti cura* sobre la preocupación del cine en la Iglesia en la que construye a su Institución como avocada a los progresos del séptimo arte y a la protección de su grey.
- la descripción de la actuación de la Legión de la Decencia y sus logros que Pío XI realiza en la misma encíclica.
- el capítulo “Precedentes de la Iglesia” en *Miranda prorsus*, donde Pío XII enumera una serie de hitos que revelan la acción positiva de la Iglesia en el mundo mediático.
- la ilustración de la visión positiva de la Iglesia para con los medios en la introducción de La Iglesia e Internet.

Cabe destacar que estos relatos gozan de una profunda descripción que muchas veces es contextualmente irrelevante para la comprensión de los discursos. La exhaustiva completitud lleva entonces a presuponer que también el nivel de detalle y de descripción es utilizado aquí como estrategia de autopresentación positiva del *in-group*.

Como ejemplos de las valoraciones positivas de enunciados pasados se pueden indicar los siguientes fragmentos:

- “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*”, declarando (‘...’). (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.2)
- “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: (‘...’). (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, nº 4)
- “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*: (‘...’). (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, nº 10)

Out-groups: Los adversarios de la Iglesia

Rara vez, en los textos analizados, el adversario aparece representado como un agente o grupo social. Si bien se mencionan ciertos individuos cuyas acciones y propósitos son contrarios a la ideología cristiana en lo que respecta al uso de los medios -grupos con avaricia de lucro y poder político, grupos con falsas concepciones sobre la libertad de expresión y la cultura, grupos virtuales anticristianos- en todos los textos el principal enemigo a combatir está representado por el incorrecto uso de los medios -malas intenciones, contenidos

perjudiciales, comportamientos no éticos- y por una cultura que no se adapta a los parámetros eclesiásticos. Podría pensarse que alguno de estos fenómenos es producto del otro, sin embargo el tratamiento discursivo de esta cuestión es confuso y no se establece una relación de causalidad clara. Por momentos los autores sostienen que es el incorrecto uso de los medios lo que propicia una cultura “inmoral”, no obstante, en otros momentos se sostiene la relación inversa. En consecuencia, se podría decir que para la Iglesia estos dos fenómenos coexisten de manera simultánea como las dos caras de una misma moneda, una moneda falsa que es preciso sacar de circulación.

Así, en *Vigilanti cura* la situación a combatir se representa a través de una industria que avanza “a grandes pasos fuera del camino”, que exhibe vicios, crímenes y delitos (nº 2). En *Miranda prorsus* se repudian todas las concepciones humanas, artísticas, éticas y mediáticas contrarias a la doctrina cristiana (p. 3); especialmente el ateísmo amenazador de oriente (p. 7) característico del contexto bipolar en que el documento fue elaborado. En *Inter mirifica* la principal problemática reside en la utilización de los medios “contra el plan del divino Creador” y “los daños que de su mal uso se han derivado con demasiada frecuencia para la sociedad humana” (nº 2); y en *Communio et Progressio* es el descenso de la moralidad, lo que se presenta en como el principal mal que asedia a la sociedad (nº 22).

En *Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, “la propagación de una moral permisiva, basada en la búsqueda de la satisfacción individual a todo coste y un nihilismo moral de la desesperación que acaba haciendo del placer la sola felicidad accesible a la persona humana” (nº 19) se identifica como la causa principal de la difusión de contenidos inmorales en los medios audiovisuales. En *Aetatis Novae* el problema a erradicar está representado por una influencia anormal sobre el contenido de los medios de comunicación por parte de los intereses económicos y las presiones de los anunciantes que rebaja la calidad de los contenidos y crea modelos artificiales de consumo. También se menciona la nociva influencia que una cultura cada vez más globalizada ejerce en las formas artísticas tradicionales y sus valores (nº 5). En lo que concierne a la incorrecta utilización de los medios, los autores indican su empleo como sustitución de las relaciones interpersonales y la excesiva atención prestada a los personajes de ficción como fuentes de problemas individuales y sociales (nº 7). Finalmente, en los que respecta a las formas culturales imperantes e inaceptables, los autores destacan el secularismo, el consumismo, el materialismo, la deshumanización y la ausencia de interés por pobres y marginados como obstáculos que impiden la solidaridad y el desarrollo integral de la persona humana (nº 13). En esta misma línea, en *La Iglesia e Internet*, las verdades de la Iglesia se presentan en oposición a una cultura de los medios de comunicación impregnada por “una mentalidad típicamente posmoderna, según la cual la única verdad absoluta es que no existen verdades absolutas o, en caso de que existieran, serían inaccesibles a la razón humana y, por tanto, irrelevantes” (nº 8); el relativismo religioso y moral; el consumismo individualista y el pecado (nº 12).

Las estructuras y estrategias discursivas implicadas en la descripción de este panorama adverso incluyen:

Lexicalización negativa. Los autores recurren a una selección de palabras fuertemente negativas para caracterizar la mala utilización de los medios y sus consecuencias negativas, así también como las de la cultura identificada como adversa. A continuación se citan algunos ejemplos:

En Vigilanti Cura:

- “subordinados al fomento de malos instintos y a la avaricia del lucro” (nº 4)
- “elementos de destrucción y ruina para las almas” (nº 5)
- “reproducción de crímenes y vicios, aprobación y aclamación del pecado” (nº 11)

En *Miranda Prorsus*:

- “pueden conducir también a los dominios de las tinieblas y de la depravación, gracias a ultrapotentes y desenfrenados instintos” (p.3)
- “desastres morales y materiales” (p. 5)
- “espíritus falsos, vacíos y turbios, es decir, no conformes al designio del Creador” (p. 5)
- “actitudes tendenciosas y parciales que podrían fomentar en el público conceptos erróneos de la vida y del comportamiento de los hombres” (p. 7)

En *Inter Mirifica*:

- “contra el plan del divino Creador y utilizados para su propio perjuicio” (nº 2)
- “incitan más fácilmente al hombre, herido por la culpa original, a apetencias depravadas” (nº 7)
- “palabra de salvación sea amordazada y obstaculizada” (nº 17)

En *Communio et Progressio*:

- “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” (nº 9)
- “¿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? (nº 21)
- “¿Cómo se impedirá que un uso excesivo de los mismos ahogue la conversación y el trato personal en nuestra sociedad?” (nº 21)
- “¿Cómo se utilizarán estos medios sin que resulten dañadas las relaciones entre las personas, especialmente cuando la información se transmite por medio de imágenes? (nº 21)
- “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?” (nº 21)

En *Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*:

- “[la pornografía y la violencia] han pasado a constituir un serio problema social” (nº 6)
- “corromper los valores morales” (nº 6)
- “transmisores de una visión deformada de la vida, de la familia, de la religión y de la moralidad” (nº 7)

En *Aetatis novae*:

- “alejado [el Evangelio] del corazón del hombre” (nº 4)
- “grupos ignorados por los medios de comunicación” (nº 4)
- “destruir las referencias tradicionales en materia de religión, de cultura y de familia” (nº 4)

En *Iglesia e Internet*:

- “arrastrarlos al consumismo, a la pornografía, a fantasías violentas y a un aislamiento patológico”. (nº 11)

Hipérbole. En los textos también aparecen descripciones de acontecimientos o acciones en términos exagerados que buscan impresionar al enunciatario y convencerlo de su negatividad. Por ejemplo, la comparación de la gravedad de la situación del cine con los tiempos de las cruzadas santas (Carta Encíclica *Vigilanti Cura*, nº 1)

Móvil de compasión. Los autores muestran simpatía o afinidad hacia las víctimas más débiles de las consecuencias negativas provocadas por el uso desviado de los medios y de la cultura permisiva, quedando resaltada la inaceptabilidad de estos fenómenos. Cuando utilizada esta estrategia, la familia y los niños son el blanco predilecto para dar cuenta de la nocividad de dichas problemáticas.

(...) presentación de falsas normas de vida al espíritu impresionable y fácilmente excitado de la juventud” (Carta Encíclica *Vigilanti Cura*, nº 11)

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.9)

¿Quien 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? (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.12).

Nadie puede considerarse inmune a los efectos degradantes de la pornografía y la violencia, o a salvo de la erosión causada por los que actúan bajo su influencia. Los niños y los jóvenes son especialmente vulnerables y expuestos a ser víctimas. La pornografía y la violencia sádica deprecian la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, explotan los individuos -especialmente las mujeres y los niños-, destruyen el matrimonio y la vida familiar, inspiran actitudes antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, nº 10)

Internet pone al alcance de los jóvenes en una edad inusualmente temprana una inmensa capacidad de hacer el bien o el mal, a sí mismos y a los demás. Puede enriquecer su vida más allá de los sueños de las generaciones anteriores, y capacitarlos para que, a su vez, enriquezcan la vida de los demás. También puede arrastrarlos al consumismo, a la pornografía, a fantasías violentas y a un aislamiento patológico. (*La Iglesia e Internet*, nº 11)

Comparación negativa. Para acentuar los atributos negativos del mal empleo de los medios se utilizan metáforas que comparan dicho abuso con antimodelos del cristianismo, enfermedades y vicios.

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 difundiendo a sabiendas, se pone de parte del príncipe de las tinieblas y se hace enemigo de Dios. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.4)

¿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 necedad, de hedonismo, que con demasiada frecuencia se respira en tantas salas cinematográficas?. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.9)

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? (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.18)

“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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, n° 10)

La pornografía y la exaltación de la violencia son viejas realidades de la condición humana que evidencian la componente más turbia de la naturaleza humana dañada por el pecado. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, n° 6)

La pornografía -como la droga- puede crear dependencia y empujar a la búsqueda de un material cada vez más excitante ("hard core") y perverso. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, n° 14)

En el peor de los casos, la pornografía puede actuar como agente de incitación o de reforzamiento, un cómplice indirecto, en agresiones sexuales graves y peligrosas, tales como la pedofilia, los secuestros y asesinatos. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, n° 17)

Como la pornografía y la violencia en los medios de comunicación, estos sitios de Internet «evidencian la componente más turbia de la naturaleza humana, dañada por el pecado». (*La Iglesia e Internet*, n° 8)

Concretización. Para acentuar las consecuencias negativas, otra estrategia recurrente es describirlas en detalle y en términos concretos e ilustrativos.

Es generalmente sabido el enorme mal que los malos filmes producen en el alma, Por glorificar el vicio y las pasiones, son ocasiones de pecado; desvían a la juventud del camino de la virtud; revelan la vida bajo un falso prisma, oscurecen y debilitan el de perfección; destruyen el amor puro, el debido respeto al casamiento, las relaciones íntimas de la convivencia doméstica. Pueden incluso crear preconceptos entre individuos, mal entendidos entre las varias clases sociales, entre las diversas razas y naciones (Carta Encíclica *Vigilanti Cura*, n° 21).

Esta estrategia también en la Instrucción pastoral *Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, cuando en el capítulo “Efectos de la pornografía y la violencia” los autores edifican discursivamente esta problemática de forma minuciosa y detallada (ver figura n° 8).

Advertencia. De modo general, aun sin la certeza y la evidencia necesaria de las probables consecuencias negativas, los autores enfatizan las amenazas posibles pronosticando una situación desoladora en caso de proseguir el incorrecto uso de los medios de comunicación:

Un pueblo que en sus momentos de reposo, se entrega a placeres que hieren el pudor, la honra, la moral, diversiones que constituyen una ocasión del pecado, especialmente para la juventud, corre el peligro de perder su grandeza y poder. (Carta Encíclica *Vigilanti cura*, n° 16)

Si el desarrollo de los medios técnicos de difusión no se somete "al yugo suave" 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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.3)

(...) 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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.9)

En la medida en que la sexualidad se considere como una búsqueda frenética del placer individual, más que como una expresión perdurable del amor en el matrimonio, la pornografía aparecerá como un factor capaz de minar la vida familiar en su totalidad. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, nº 17)

Violación de la norma y los valores. Según van Dijk (1996:38), la forma más elemental de establecer una distinción entre el in-group y el out-group no es sólo describir al primero en términos benevolentes y al segundo en términos negativos, sino también enfatizando el hecho de que “el enemigo” viola aquellas normas y valores tan preciados por la humanidad. Esta estrategia aparece varias veces en los textos analizados:

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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, nº 10)

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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, nº 77)

Uno de los fenómenos alarmantes de estos años ha sido la creciente difusión de la pornografía y la generalización de la violencia en los medios de comunicación social. Libros y revistas, cine y teatro, televisión y videocasetes espacios publicitarios y las propias telecomunicaciones muestran frecuentemente comportamientos violentos o de sexualidad permisiva que casi llegan al umbral de la pornografía y que son moralmente inaceptables. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, nº 5)

La propagación de la pornografía y de la violencia a través de los medios de comunicación social es una ofensa a los individuos y a la sociedad y plantea un problema urgente que exige respuestas realistas por parte de las personas y los grupos. (*Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales*, nº 21)

En el ciberespacio, al menos como en cualquier otro lugar, pueden estar llamados a ir contra corriente, ejercer la contracultura e, incluso, sufrir persecución por estar a favor de lo verdadero y bueno. (*La Iglesia e Internet*, nº 8)

Todas estas estrategias de deslegitimación interpelan a los enunciatarios no sólo en el plano de la razón, sino también en el emocional para llevarlos a construir en sus mentes un esquema situacional problemático y que precisa de una resolución urgente. En suma, el discurso eclesialístico pone en escena una confrontación agónica entre una situación corrupta, deslegitimada, carente de representatividad, de autoridad y de preocupación social; y la Iglesia, dotada, por el contrario, de todos esos atributos, en el marco de una crisis reconocida por todos los sectores discursivos, pero en la cual sólo la Iglesia se presenta como autoridad legítima para contrarrestar dicha situación.

Out-Groups: Los Aliados

En los textos se señalan diversos públicos que de alguna u otra forma se encuentran vinculados al mundo de las comunicaciones sociales. Autoridades civiles, padres, educadores, niños y jóvenes, empresarios de la industria mediática, comunicadores sociales, público en general, etc. La construcción de los mismos se hace a partir de una visión idealista/normativa -qué es lo que estos grupos deberían hacer- y se expresa a través de definiciones y pautas de acción.

(...) 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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 11)

(...) 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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, n° 12)

De esta manera, los autores edifican un modelo mental en el que estos grupos aparecen como aliados de la Iglesia en lo que respecta a la búsqueda del progreso humano y de un mundo más justo; una suerte de alianza estratégica que vuelve aún más legítima a la Iglesia en tanto institución inserta en un universo social que comparte sus mismos objetivos.

7.8.3 EL DISCURSO RELIGIOSO Y AUTORITARIO

Tanto para presentarse positivamente como para desacreditar concepciones y actuaciones contrarias, o representar a sus aliados, en los discursos existen estrategias recurrentes que se orientan a persuadir sobre la validez de las opiniones e interpretaciones eclesíásticas.

Una verdad de todos

Una importante característica del repertorio discursivo analizado es el enmascaramiento de las ideas eclesíásticas como derivadas de una realidad objetiva y natural. Citelli (2002) caracteriza este mecanismo discursivo como propio del discurso religioso en su calidad de discurso autoritario y persuasivo: las ideas que son expresiones de una verdad, se hacen pasar por sinónimos de “toda la verdad”. De esta manera, se eliminan todas las diferencias haciendo con que las opiniones de la Iglesia sean la expresión de la verdad de todos.

Es un discurso exclusivista, que no permite mediaciones o ponderaciones. El signo se cierra e irrumpe la voz de la autoridad sobre el asunto, aquella que irá a dictar verdades como en un ritual entre la gloria y la catequesis. El discurso autoritario recuerda a un circunloquio: como si alguien hablase a un auditorio compuesto por él mismo. Es en la forma discursiva que el poder despliega sus formas de dominación. Se establece un juego de paráfrasis, o sea, se repite un discurso ya sacramentado por la institución: el mundo del diálogo pierde la guerra contra el mundo del monólogo. (Citelli, 2002:40)

Dicho mecanismo se verifica por ejemplo, en la forma en que están contruidos los discursos, principalmente en el Decreto Conciliar *Inter Mirifica* y los documentos que le anteceden. En estos textos predomina la persona ausente y la subjetividad del locutor se enmascara tras la activación discursiva del mundo de referencia -en las Cartas Encíclicas anteriores las construcciones impersonales son alternadas con el uso del plural mayestático. No hay opiniones de los enunciadotes, sino hechos. De esta manera, se logra una máxima distancia enunciativa lo que le permite maximizar los efectos de verdad y objetividad de los modelos mentales preferidos.

A la hora de establecer juicios y tomas de posición radicales pero “positivas”, los autores acuden a la utilización del sintagma nominal “la Iglesia”, bajo el cual personifican, institucionalizan y legitiman su punto de vista. Los sintagmas “la madre Iglesia”, “el sacrosanto Sínodo”, “la autoridad competente”, “los Padres del Concilio”, “el Concilio Vaticano II”, “la Santa Sede”, en su función de referencia léxica de la primera persona, también son utilizados para imprimir en los textos la postura eclesial. Cabe destacar que estas alteraciones de los elementos deícticos personales y sociales no son apenas parte de un natural proceso sinonímico, sino que corresponden a las intenciones de los enunciadotes de construir discursivamente la autoridad de esta institución, provocando reacciones emocionales en los enunciatarios y produciendo una recontextualización del signo, que pasa a producir nuevas ideas y valoraciones respecto de la autoridad.

La redacción de los textos en un tiempo presente genérico (Marafioti, 2008) también revela la intencionalidad de los autores de que su discurso aparezca como una verdad objetiva. En todo

el repertorio discursivo analizado predomina una forma enunciativa atemporal que permite construir un universo de definiciones, máximas, propiedades y hechos extraños a la temporalidad.

La objetividad también se manifiesta en el plano semántico cuando, los autores presentan la visión eclesial como una verdad desprendida de la propia naturaleza y condición humana, que, en consecuencia es aplicable a todos los hombres y sus creaciones. Por ejemplo, al hablar de criterios morales, la moral cristiana es presentada como sinónimo de “la” moral, de una moral universal, humana y natural:

(...) recordábamos que a todo costo se debía aplicar al cine, para que él no ofendiese ni desacreditase la moral cristiana, o simplemente la moral humana y natural, la regla suprema que debe regir y reglamentar el gran don del arte. (Carta Encíclica *Vigilanti cura*, nº 4)

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. (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, nº 12)

Además de construir discursivamente la visión eclesial como “la verdad”, en los textos aparecen otras estrategias que buscan destacar dicha veracidad en la superficie textual, como ser:

- el énfasis en la autoridad de las fuentes de donde derivan los enunciados, ya sean documentos eclesiales o palabras pronunciadas por sumos pontífices.
- el empleo de modalidades aléticas (“Es indudable que...”, “es cierto que...”, “es evidente que...”, “no se puede negar que...”) para reforzar los propios argumentos y pruebas.
- la desaprobación de fuentes o creencias alternativas utilizando las estrategias de deslegitimación ya mencionadas.

Argumentando desde múltiples frentes

La afirmación y la repetición son otras dos estrategias discursivas utilizadas de forma recurrente.

En el primer caso, los autores buscan establecer la claridad y la certeza de sus premisas a través de la combinación de diferentes tipos y estructuras de argumentación. La combinación de la fundamentación teológica con la pragmática, por ejemplo, es muy usual para la defensa de ciertas premisas relevantes. De esta manera los autores logran construir la aceptabilidad de sus opiniones (generalmente referidas a actos perlocutorios) no sólo a partir de la ideología católica, sino también en base a la practicidad y conveniencia de sus consecuencias. El empleo de estructuras argumentativas múltiples -estructuras constituidas por defensas alternativas del mismo punto de vista presentadas en conjunto pero que son independientes entre sí (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:70)- también es recurrente para respaldar la visión eclesial, por ejemplo, en *Ponografía y violencia en las comunicaciones sociales* cuando se busca negar la aceptabilidad de la difusión de contenidos violentos y pornográficos en los medios audiovisuales (ver figura nº 8).

En el segundo caso, la repetición de las proposiciones aumenta las posibilidades de aceptación de los modelos preferidos por la constancia reiterativa. “Una mentira repetida adecuadamente mil veces se convierte en una verdad”²⁶. Es usual que en los discursos analizados las premisas relevantes aparezcan repetidas en diferentes partes del texto, o en una misma parte, por medio de la paráfrasis.

Falacias argumentativas

²⁶ Joseph Goebbels.

Ya sea para reducir hechos complejos a conclusiones simplistas a fin de encauzar la mirada del enunciatario a ciertos modelos mentales preferidos, ya sea para desacreditar rápidamente otros puntos de vista, en los textos es recurrente el empleo de falacias (Van Eemeren, Grootendorst y Snoeck Henkemans, 2006:120)

Tal vez, la explicación de estas “infracciones” en la argumentación se deba a las propias características del discurso eclesial en su carácter de discurso ideológico y absoluto (Verón, 1980). Según Verón, el discurso religioso es, por un lado, ideológico, ya que, al no explicitar sus relaciones con ciertas condiciones de producción, no produce un “efecto de cientificidad” (un saber), sino un “efecto ideológico” (una creencia). Esta primera característica podría ser la explicación del porqué los autores deducen conclusiones arbitrarias de fundamentos inconsistentes, o porqué utilizan argumentos inaceptables como defensa de sus puntos de vista en la construcción de la problemática social.

Por otro lado, Verón sostiene que el discurso religioso es absoluto, en tanto presupone la imposibilidad o inaceptabilidad de discursos alternativos. En esta segunda característica podría encontrarse la razón de las falacias argumentativas analizadas para deslegitimar visiones contrarias a la doctrina cristiana.

7.8.4 LAS BASES DEL ACUERDO

En los textos también existen ciertos contenidos y estrategias discursivas que no tiene sino la función de recordar la autoridad eclesial y de remitirse a la creencia que ella exige. Estos elementos configuran los *topoi* o las bases del acuerdo de la ideología cristiana que sirven como punto de partida para edificar, posteriormente, las verdades específicas sobre la problemática de los medios de comunicación. Los documentos analizados evidencian dos ámbitos discursivos recurrentes que dan soporte al resto de los enunciados:

La teología de la comunicación

Siendo la eficacia simbólica del lenguaje, el cimiento sobre el cual se edifica el mundo en su dimensión social, se reconoce más propiamente en el discurso religioso la objetivación del discurso en el enlace de lo sagrado con la realidad social. Esta conjunción entre la práctica social de la religión y lo sagrado permea de sobremanera el discurso de la Iglesia sobre los medios de comunicación social. Su eficacia simbólica reside mucho más en la aprehensión de la institucionalidad consagrada de los actos de enunciación de que propiamente en el contenido que proponen (Gil Filho, 2002: 775-776). Por esta razón, una de las instancias discursivas más explícitamente persuasivas sucede cuando los autores despliegan su fundamentación teológica sobre los medios de comunicación. El paroxismo autoritario es tal que el “yo” del enunciadador no puede ser cuestionado o analizado pues es la voz de Dios, su verdad, la que plasma el discurso de quien habla en su nombre:

¿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. (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, n° 10)

Como en todo discurso religioso, enunciadador y enunciatario pertenecen a dos órdenes del mundo totalmente diferentes en tanto afectados por un valor jerárquico, por una desigualdad en su relación: el mundo espiritual domina el temporal. El enunciadador, como representante legítimo de la Iglesia, encarna la figura de Dios que, de acuerdo a la doctrina cristiana, es inmortal, eterno, infalible, infinito y todopoderoso; mientras que el enunciatario es humano, mortal, efímero, falible, finito y dotado de un poder relativo que incluso ha sido otorgado por Dios.

El reconocimiento del lugar de Dios -o, en este caso, de su palabra - y el del lugar de los humanos es uno de los efectos de sentido que se busca cuando, en los documentos analizados, los autores desarrollan la argumentación fundada en la teología de la comunicación. El objetivo, es lograr el reconocimiento por parte de los enunciatarios interpelados de que existe un poder que les es superior y al cual deben someterse. Los enunciatarios reconocen a Dios, como aquel que los nombró y creó, que entabló por primera vez un diálogo con su comunidad, que envió a su hijo para mejorar dicha comunicación y que éste, una vez muerto y resucitado, dejó un legado - los apóstoles y la Iglesia- y que, iluminado por el Espíritu Santo, continúa su praxis para la construcción del Reino en la Tierra. Garantizado dicho reconocimiento, queda el terreno allanado para persuadir acerca de la aceptabilidad de ideas y opiniones específicos en su calidad de producto de la fuente de autoridad consagrada. Cabe aclarar que dicho reconocimiento se da en la medida en que la audiencia comparta la misma ideología, esto es, que haya consenso sobre las bases de la doctrina eclesiástica.

Los fundamentos de la Iglesia

El discurso eclesial sobre los medios de comunicación social también se construye y fundamenta discursivamente por una dialéctica entre dos instancias: tradición y misión.

En la primera instancia está representado todo vínculo con lo pasado que autoriza de forma arquetípica el discurso presente y que otorga validez a los actos perlocutorios contemporáneos. En la composición de los textos analizados, son frecuentes las reformulaciones de verdades antiguamente inculcadas que asumen una nueva indumentaria y presuponen un nuevo accionar cuando aplicadas a nuevos contextos. Siendo la tradición el principio revelador de la idea de continuidad, el apego a ésta demuestra de sobremanera la tentativa de los autores de mantener un hilo conductor que mantiene a la institución eclesiástica.

Esta relación con la tradición se manifiesta, por ejemplo, cuando los autores buscan legitimar el interés de la Iglesia por un nuevo medio de comunicación o situación mediática y su consecuente pronunciamiento a través de citas textuales de documentos y discursos de autoridades eclesiásticas, y de referencias sobre acontecimientos en que éstas han participado y que evidencian la preocupación de la Iglesia por los medios de comunicación. La relación con la tradición también aparece cuando se pretende reforzar la aplicación de una directriz o principio a una situación a través de referencias a directrices o principios presentes en textos anteriores o pronunciamientos de sumos pontífices:

La libertad de opinión y el derecho a informarse y a informar, son inseparables. Juan XXIII, Pablo VI, y el Concilio Vaticano II, 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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, nº 33)

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; la censura, por lo tanto, se reducirá sólo a los casos extremos. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, nº 86)

Citando la carta encíclica *Miranda prorsus* del Papa Pío XII, del año 1957, la instrucción pastoral sobre los Medios de Comunicación Social *Communio et progressio*, publicada en 1971, subrayó este punto: «La Iglesia los ve como 'dones de Dios', ya que, según designio de la divina Providencia, unen fraternalmente a los hombres para que colaboren así con su voluntad salvífica». Esta sigue siendo nuestra opinión, y es la misma opinión que tenemos de Internet. (*La Iglesia e Internet*, nº 1)

Hace tres décadas la *Communio et progressio* señalaba que «los medios modernos de comunicación ofrecen nuevos instrumentos para que la gente se confronte con el mensaje del Evangelio». El Papa Pablo VI afirmó que la Iglesia «se sentiría culpable ante Dios», si dejara de usar los medios de comunicación para la evangelización. El Papa Juan Pablo II definió los medios de comunicación como «el primer areópago de la edad

moderna », y declaró que «no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio auténtico de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta 'nueva cultura' creada por la comunicación moderna». Hacer esto es muy importante hoy en día, no sólo porque los medios de comunicación ejercen una fuerte influencia en lo que la gente piensa sobre la vida, sino también porque en gran parte «la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación». Todo esto se aplica a Internet. (*La Iglesia e Internet*, nº 4)

De esta forma, el discurso debidamente autorizado renace y traslada toda su fuerza a la interpretación de nuevos contextos. Las citas de autoridad, permiten interpretar y legitimar el discurso actual como una continuidad del pasado, de lo que la Iglesia ha venido haciendo correctamente y que seguirá haciendo.

La segunda instancia, la misión eclesial, establece la recomposición de los significados de enunciados provenientes de la teología cristiana en una lógica plausible para aplicar a las problemáticas del presente. En los textos analizados, aparece con frecuencia la legitimación de enunciados a partir de la misión divina evangelizadora de la Iglesia. Esta misión es el lugar común a partir del cual se fundamentan, por ejemplo:

- El deber y derecho de informar

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.5)

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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 3)

- El interés y el rol de la Iglesia sobre los medios

(...) 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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.1)

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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 3)

7.8.5 LA TRANSFORMACIÓN DEL DISCURSO ECLESIAL

Identificadas las estrategias recurrentes por las cuales se edifica el discurso de la Iglesia, cabe ahora destacar las variaciones ocurridas en los mecanismos discursivos durante el transcurso del período considerado como objeto de estudio.

Uno de las modificaciones discursivas más importantes en los textos del corpus sucede a partir de *Inter mirifica*, punto de inflexión a partir del cual los documentos eclesiales dejan de escribirse como representando la voz del Sumo Pontífice para asumir las características de un texto científico producto de un colectivo competente en el ámbito de los medios.

Los dos primeros documentos analizados, previos al Concilio Vaticano II, -*Vigilanti cura* y *Miranda prorsus*- son cartas encíclicas y como tales representan la visión del Papa sobre determinados aspectos de la doctrina cristiana. Su forma tradicional de inscripción del yo se da a través del plural mayestático que connota, por un lado, que quien escribe es la máxima

jerarquía de la Iglesia Católica; y por otro, que sus contenidos manifiestan la postura de la Iglesia como Institución.

Esta forma de inscripción del yo puede interpretarse como un indicio de la extrema centralidad de la figura papal en la Iglesia hasta la apertura del Concilio. “La era piana - los pontificados de los Píos IX, X, XI y XII -, que duró cronológicamente de 1846 a 1958, reforzó al extremo la centralidad pontificia. Habiendo perdido los territorios pontificios, y reducido al minúsculo Estado del Vaticano, el Romano Pontífice compensó tal pérdida material con enorme poder espiritual y jurídico sobre toda la Iglesia Católica” (Libânio: 2005b:65)

Sin embargo el Concilio Vaticano II rompe, de cierta forma, con la centralidad papal, haciendo de la Iglesia, una institución aparentemente más democrática. De allí en adelante, los textos continuarán siendo elaborados en conjunto por un grupo de expertos -ya la redacción de Miranda prorsus había sido encomendada al Colegio de los Expertos de la Pontificia Comisión para la cinematografía, la radio y la televisión-, pero a diferencia de antes, serán firmados por éstos mismos, como representantes autorizados y legítimos de la Iglesia en materia comunicacional. De esta manera, los documentos comienzan a adoptar una redacción más “científica” a través de la cual la opinión de los autores se esconde en la activación del mundo de referencia.

Como consecuencia de ello, también se verifica una tendencia a disminuir la fortaleza de los subjetivemas empleados para describir visiones y situaciones contrarias a las de la Iglesia y a reducir el uso de modalizaciones aléticas y valorativas. El lenguaje empleado se vuelve menos chocante, menos radical y amenazador²⁷.

En lo que respecta a los temas abordados, esto es, en el nivel de contenidos también se verifica una tendencia a profundizar la reflexión mediática incluyendo nuevas aristas de la problemática mediática, producto del surgimiento de nuevas coyunturas en combinación con la progresiva profesionalización del abordaje mediático en la Iglesia. Como se señaló en el análisis de los documentos, la mayoría de los escritos aportan nuevas temáticas o nuevas perspectivas que van ampliando, progresivamente, la doctrina social sobre los *medias*. A continuación se listarán los textos en que se han encontrado dichas novedades y los temas interpretados como tales.

Miranda prorsus

- Tratamiento de la problemática mediática desde un enfoque conjunto de sus tecnologías - cine, radio, TV.
- Reconocimiento del potencial benéfico de los medios y su correspondiente valoración positiva
- Definición del doble rol de la Iglesia en el campo mediático
- Mención de la importancia de la Iglesia de utilizar las técnicas de difusión como canales para la transmisión de su Evangelio
- Afianzamiento de la interpretación teológica de los *medias* como dones de Dios.

Inter mirifica

- Tratamiento de la problemática mediática en el contexto de un Concilio Ecuménico
- Triple valoración de los medios de comunicación: como técnicas, como instrumentos de transmisión de valores, como instrumentos con amplio alcance
- Normatización de la expresión “medios de comunicación social”

²⁷ Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales no sigue esta tendencia. Es uno de los documentos donde se observan más valoraciones, subjetivemas y metáforas negativas, tal vez, dada la problemática que aborda.

- Profundización de la fundamentación teológica de la misión eclesial en su relación con las técnicas de comunicación
- Relativización de los parámetros morales aplicados a los medios en función de las circunstancias contextuales
- Ahondamiento en la reflexión de la incorporación de las técnicas de difusión en la misión eclesial
- Directrices que contemplan un comportamiento más positivo y menos restrictivo de la institución eclesial en el mundo de los *medias*
- Directrices que enfatizan la profesionalización del tratamiento mediático: apoyo de expertos y laicos, instauración de la Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales, ampliación de deberes y competencias del Consejo Pontificio.

Communio et progressio

- Establecimiento de la función superior de los medios como promotores de la comunión y el progreso humano
- Desarrollo exhaustivo de la teología de la comunicación
- Exposición de temáticas mediáticas actuales: opinión pública, libertad de expresión e información, publicidad.
- Exhaustiva fundamentación de la incorporación de las técnicas de difusión en las relaciones de la Iglesia con el mundo y con su comunidad
- Establecimiento de la importancia del diálogo en dichas relaciones
- Directrices orientadas a la colaboración inter-religiosa y ecuménica
- Interpretación de los beneficios propios de cada tecnología informativa / comunicativa en función de las tareas de eclesísticas
- Establecimiento del ordenamiento institucional eclesial para la Pastoral de comunicación y sus responsabilidades

Aetatis novae

- Interpretación del fenómeno mediático en el plano social bajo una concepción holística de su influencia
- Exposición de problemáticas mediáticas actuales: globalización, privatizaciones, intereses y monopolios económicos, opresión y desaparición de culturas tradicionales
- Presentación de las relaciones eclesiales-mediáticas en términos simbióticos
- Presentación de la problemática comunicacional como responsabilidad inherente a toda la institución eclesial, no sólo a ciertas oficinas

7.8.6 LA CONSTRUCCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Dones de Dios

La intervención de la Iglesia Católica frente a las cuestiones que la realidad mediática implica se funda en la tentativa de reasumir la más pura lógica de unicidad de la verdad religiosa inculcada por la fe. Para tal propósito, la estrategia discursiva presente en todo el corpus es

el sometimiento de los bienes terrenales a la voluntad de Dios. Esta estrategia no escapa a los medios de comunicación social. Ya desde *Vigilanti Cura*, en todos los textos se repite y enfatiza la procedencia divina de las técnicas de difusión a través de una simple proposición:

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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.1)

La Iglesia los ve 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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, n° 2)

Para el plan de Dios

En consonancia con este origen sobrenatural, si bien los textos evidencian un reconocimiento cada vez mayor acerca de las potencialidades de los medios para las comunicaciones en la sociedad, su funcionalidad suprema es la de coadyuvar para la construcción del Reino de Dios en la Tierra, o como comienza a denominarse en el Magisterio posconciliar, para "la comunión y el progreso humano". Todo el repertorio discursivo analizado tiende a esta finalidad siendo la misma revestida del carácter de permanencia en contraposición a la obsolescencia creciente de otras posiciones antagónicas. La premisa de los discursos se funda en el concepto de que la voluntad humana, aplicada a los medios de comunicación, debe o deberían buscar ese único y supremo objetivo.

En efecto, es muy necesario y urgente cuidar que los progresos de la ciencia, el arte, e incluso del arte de la industria técnica, verdaderos dones de Dios, sean dirigidos de tal modo a la gloria de Dios, a la salvación de las almas, a la extensión del reino de Jesucristo sobre la tierra. (Carta Encíclica *Vigilanti cura*, n° 6)

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"? (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p.7)

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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, n° 1)

Conforme a las normas de Dios

Siguiendo este mismo razonamiento, el orden moral, presentado como promotor del bien común, se establece en todos los documentos como el primer y principal parámetro que debe guiar la utilización de las técnicas de difusión.

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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, n° 6)

Esta particular construcción discursiva de los medios en lo que respecta a su origen, finalidad y normas deja el terreno totalmente allanado para que la Institución eclesial se presente como la máxima autoridad en el ámbito de las comunicaciones sociales. Interpretar los medios de comunicación social como dones de Dios y, en consecuencia, supeditar su funcionamiento y regulación al servicio de la voluntad divina otorga a la Iglesia, la única

heredera de Cristo en la tierra, un argumento de extrema fortaleza para respaldar sus acciones, opiniones y directrices en el asunto. Asimismo, este argumento, le permite atribuirse el derecho supremo de acceder al discurso público para transmitir el evangelio. Si el fin supremo de los medios es el de contribuir a la comunión y el progreso humano, ¿quién mejor que la Iglesia para enseñar y resguardar dicha misión? Y ¿quién más aceptable que la Iglesia portadora del mensaje de salvación para disponer y utilizar las técnicas de difusión?

Como afirma Bourdieu (1996:95), “la especificidad del discurso de autoridad reside en el hecho de que no basta que éste sea comprendido (...), es preciso que éste sea reconocido como tal para que pueda ejercer el efecto adecuado”. Este reconocimiento se concreta en la medida que se evidencian ciertas condiciones que lo legitiman, y que en el caso de la Iglesia, residen en su particular interpretación de los *medias*. De esta manera los autores construyen los cimientos necesarios para la legítima intervención de la institución eclesial en el ámbito de las comunicaciones sociales.

7.8.7 LAS DOS CARAS DE LOS MEDIOS Y EL DOBLE ROL DE LA IGLESIA

Como fue analizado, si bien en el Magisterio existe una tendencia a inclinarse por una visión optimista de los medios a medida que se avanza en el tiempo, en todos los documentos persiste un discurso maniqueísta en lo que respecta a sus consecuencias, principalmente en el plano social. Esto es, los dos modos extremos de calificar el mundo de las comunicaciones coexisten paralelamente en todos los documentos:

En *Vigilanti cura*:

(..) tales poderosos medios de divulgación, que pueden ser, cuando inspirados por principios sanos, de gran utilidad para la instrucción y la educación, son muchas veces desgraciadamente subordinados al fomento de los malos instintos, a la avaricia del lucro. (nº 4)

En *Miranda prorsus*:

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 ultrapoderosos y desenfrenados instintos, según que el espectáculo ponga en evidencia y estimule los elementos de uno o de otro campo. (p. 3)

En *Inter mirifica*:

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. (nº 2)

En *Communio et progressio*:

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. (nº 9)

En *Pornografía y Violencia en las comunicaciones sociales*:

Si bien es cierto que estos medios -como afirma el Concilio Vaticano II- "prestan grandes servicios al género humano", lo es igualmente que "pueden ser utilizados contra los designios del Creador y convertidos en instrumentos del mal". (nº 4)

Los medios de comunicación social 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. (nº 7)

En *Aetatis novae*:

En efecto, se puede recurrir a los medios de comunicación tanto para proclamar el Evangelio como para alejarlo del corazón del hombre. (nº 4)

En *La Iglesia e Internet*:

Internet es una puerta abierta a un mundo atractivo y fascinante, con una fuerte influencia formativa; pero no todo lo que está al otro lado de la puerta es saludable, sano y verdadero. (nº 11)

Se necesita prudencia para ver claramente las implicaciones —el potencial para el bien y para el mal— de este nuevo medio y responder creativamente a sus desafíos y oportunidades. (nº 12)

Esta bipolaridad construida discursivamente como consecuencia el uso de los medios se asume en todos los textos como la base de una argumentación a partir del cual se edifica y legitima el rol de la Iglesia en el fenómeno de las comunicaciones mediadas. En el repertorio discursivo analizado, a la presentación de la dualidad de efectos le sigue, como un desprendimiento inductivo y natural, la doble función social eclesial: utilizar los medios como canales de evangelización y guiar a los hombres en su utilización:

La Iglesia católica, (...), 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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 3)

Esta estructura argumentativa se repite en todos y cada uno de los discursos. Así, los aspectos negativos son el puntapié inicial para presentar la necesidad de una Iglesia que asuma el reto de guía moral y espiritual de la sociedad (función educativa); mientras que, la exposición discursiva de las grandes y asombrosas potencialidades de los medios se destina al afianzamiento de la máxima de utilizar los medios como vehículos para la transmisión de la palabra de salvación (función instrumental)²⁸.

²⁸ Cabe destacar que el reconocimiento de las técnicas de difusión como herramientas para la función evangelizadora y la interpelación a los miembros de la Iglesia para su utilización comienza a vislumbrarse solamente en *Miranda Prorsus*.

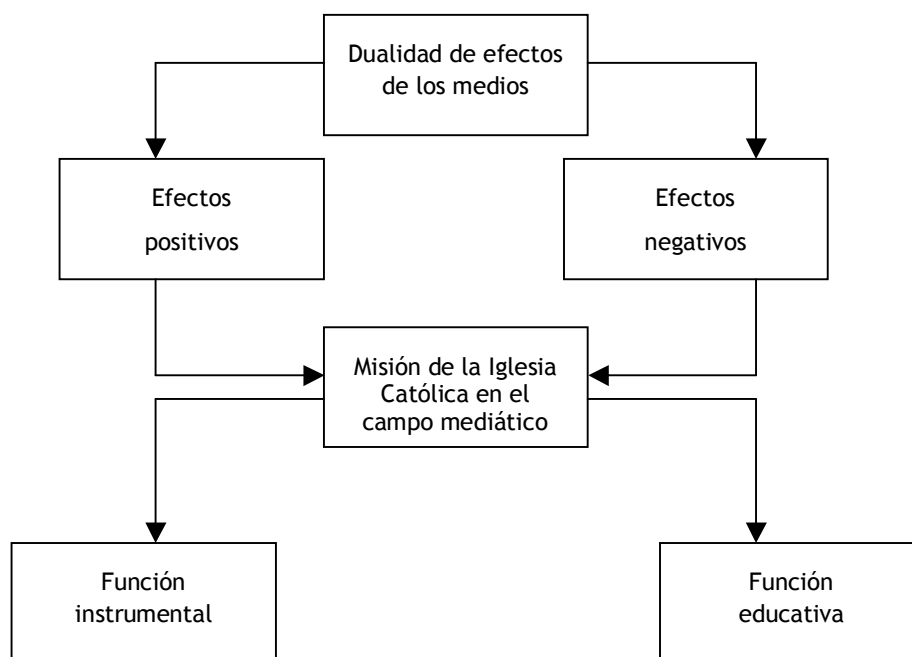


Figura N° 10: Las dos caras de los medios y el doble rol de la Iglesia

A continuación se citarán algunos fragmentos que dan cuenta de dichas funciones:

Función educativa:

Así que ninguno podrá maravillarse de que el celo por la salvación de las almas conquistadas 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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p. 2)

(...) para recordar la doctrina cristiana relacionada con este tema, recomendar providencias necesarias y ayudarlos 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. (Carta Encíclica *Miranda prorsus*, p. 3)

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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, n° 2)

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. (Instrucción pastoral *Communio et progressio*, n° 22)

La primera responsabilidad de la Iglesia consiste en la enseñanza constante y clara de la fe y, asimismo de la verdad moral objetiva, incluidas aquellas verdades referentes a la moral sexual. Una era de permisividad y de confusión moral como la nuestra pide que la voz de la Iglesia sea profética, lo que la hará aparecer a menudo como signo de contradicción. (Pornografía y violencias en las comunicaciones sociales, n° 29)

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. (Instrucción pastoral *Aetatis novae*, nº 8)

Por esta razón, más que por cualquier otra, « 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 ». (*La Iglesia e Internet*, nº 4)

Cabe destacar que a partir de *Inter Mirifica* se instaura una tendencia orientada a representar la solución a los problemas culturales y mediáticos como un esfuerzo mancomunado.

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, 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 (Instrucción pastoral *Aetatis novae*, nº 13)

El rol de la Iglesia se asume en conjunto con otros agentes que participan en el ámbito mediático: educadores, comunicadores, padres, público en general, autoridades, etc. De esta manera, la Iglesia reconoce que para revertir esta situación problemática precisa del apoyo de todos los miembros de su comunidad y también de quienes se encuentran fuera de su confesión religiosa. No obstante, si bien el liderazgo de la Iglesia resulta modificado en la superficie textual -conforme a las “soluciones” que plantea- el solo hecho de asumir un acto de habla imperativo, para el establecimiento de pautas a los diversos agentes, es también una forma de mantener su función como guía “moral” en la resolución del universo discursivamente problemático que se refleja en los textos. En otras palabras, aunque de forma más sutil que asumirse como “el único remedio necesario”, la Iglesia continúa ejerciendo su influencia y estableciendo su autoridad suprema indirectamente, a través de la proposición de directrices que indican quién debe hacer qué para combatir la inmoralidad actual y el incorrecto uso de los medios.

Función instrumental

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. (Decreto Conciliar *Inter mirifica*, nº 3)

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. (Instrucción pastoral *Aetatis novae*, nº 3)

Ciertamente «la Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. 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. (Instrucción pastoral *Aetatis novae*, nº 11)

No es aceptable quedarse atrás tímidamente por miedo a la tecnología o por cualquier otra razón, considerando las numerosas posibilidades positivas que ofrece Internet. «Métodos para facilitar la comunicación y el diálogo entre sus propios miembros pueden fortalecer los vínculos de unidad entre los mismos. El acceso inmediato a la información le da a la Iglesia la posibilidad de ahondar en su diálogo con el mundo contemporáneo. (...) La Iglesia tiene más facilidades para informar al mundo acerca de sus creencias y explicar los motivos de su actitud sobre cualquier problema o acontecimiento concretos». (*La Iglesia e Internet*, nº 10)

En *Aetatis Novae* esta argumentación del doble rol eclesial se perfecciona al punto de establecerse como una relación simbiótica en que medios de comunicación e Iglesia se ven mutuamente favorecidos por la acción del otro. Por un lado, la Iglesia se beneficia de las potencialidades de las técnicas de difusión en la medida que éstas le garantizan una mayor y mejor comunicación tanto interna, con su comunidad, como externa, con el mundo. Por otro lado, los medios también se verían beneficiados en la medida en que la Iglesia “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” (Instrucción pastoral *Aetatis novae*, nº 9)

7.8.8 EL MODELO MENTAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La caracterización del esquema mental de los medios de comunicación social manifestado en los discursos de la Iglesia sobre los medios podría sintetizarse entonces, a partir de las siguientes proposiciones:

- Los medios de comunicación social son dones de Dios y como tales, deben ser utilizados conforme a su plan divino, para el logro de la común unión entre los hombres y el progreso de la humanidad.
- Su utilización por parte de los hombres puede comportar tanto beneficios como efectos negativos
- Dichos efectos negativos son producto del pecado que asedia a la humanidad, mientras que sus consecuencias favorables, son fruto del designio de Dios.
- Dado que el campo de la comunicación no es ajeno a la moral y dadas sus potencialidades, la Iglesia debe intervenir en él.
- Dicha intervención comporta la enseñanza de las normas y valores a ser aplicados en la planificación y ejecución de las comunicaciones sociales (función educativa), y la utilización de los medios como técnicas de difusión para proclamar su Evangelio (función instrumental).

7.8.9 LAS TRES FASES DEL PARECER ECLESIAL SOBRE LOS MEDIOS

A pesar que, en la mayoría de los textos aparecen representadas las dos funciones eclesiales en el ámbito mediático, su valoración y caracterización sufrieron variaciones a lo largo del período estudiado. Son varios los autores que reconocen la historia de las relaciones Iglesia-medios como una evolución en tres instancias; todas ellas abarcan períodos de tiempo similares.

Así, por ejemplo, Fernández-Shaw (1985 ápuđ Trenzado Romero, 2007:74) establece que las relaciones doctrinales entre la Iglesia y los medios audiovisuales evolucionan a lo largo de tres períodos diferentes. En una primera fase, hasta finales de los años cuarenta, la Iglesia adopta una postura defensiva mediante una fuerte prevención moral. En un segundo período, desde la década de los cincuenta hasta la celebración del Concilio Vaticano II, se supera el

antagonismo inicial entre técnica y religión, valorando la capacidad pastoral de los medios audiovisuales. En una última fase, tras el Concilio Vaticano II, se produce un período de reflexión teológica, encuadrando a las técnicas audiovisuales en una visión doctrinal más amplia sobre los medios de comunicación social.

De manera similar, Spoletini (2004), denomina la primera fase de la evolución del pensamiento católico respecto de los medios como “moralística-defensiva”, dado el rechazo característico del Magisterio hacia la prensa y, en general, a la libertad de expresión. La segunda fase, “socio-pastoral”, se desarrolla desde el pontificado de Pío X (1903-1914) hasta Pío XII (1939-1958) en el que continúan las preocupaciones de orden moral sobre los medios, pero donde se inicia su estudio comprehensivo desde la óptica católica y su empleo como instrumentos para la fe. La década del '50 constituye, para este autor, un punto de quiebre importante en la forma de pensar los medios de comunicación en el interior de la Iglesia Católica. Numerosos hechos coyunturales y estructurales, favorecieron a un interés pronunciado en el estudio de los *medias* como una problemática cultural conjunta en la que los problemas morales se conjugan con otro tipo de dimensiones, tales como la capacidad informativa y el potencial evangelizador. La tercera y última fase indicada por Spoletini (2004) es la de “reflexión teológica”, en el que aparece una visión positiva y optimista de la Iglesia frente a los medios. En esta etapa inaugurada con Juan XXIII comienza a reconocerse la autonomía de los medios de comunicación social y la libertad de expresión, de información y de opinión pública.

Gomes (2005) también identifica tres períodos en la Pastoral de comunicación de la Iglesia Católica, pero a diferencia de los otros autores, las relaciona a partir del concepto de educación vigente en cada época dentro de la Institución eclesial.

Para comprender la estructura de comunicación, se puede realizar una aproximación con el campo de la educación, pues, a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción y una determinada práctica de comunicación. Podemos agregar que a cada tipo de comunicación corresponde una determinada práctica de la Pastoral de Comunicación²⁹. (Gomes, 2005:27)

El paralelismo entre modelos de educación, modelos de comunicación y prácticas pastorales establecido por Gomes (2005), se fundamenta, según el autor, en el hecho de que para la Iglesia Católica la preocupación con el fenómeno mediático y su consecuente actuación, siempre estuvo íntimamente ligado a su concepción de cómo formar el pensamiento crítico en sus fieles.

El primer tipo de educación identificado es aquel que pone énfasis en los contenidos, lo que correspondería a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra. Lo importante para este tipo de educación es el “saber”. En consecuencia, el modelo de comunicación correspondiente es el de transmisión de informaciones, semejante a un monólogo, en el cual existe un emisor que envía un mensaje a un receptor totalmente pasivo. Es un modelo unidireccional, de una sola vía, equivalente al planteado por Shannon en lo que en el campo de la comunicación se conoce bajo la teoría de la bala mágica o de aguja hipodérmica. En lo que respecta a la Pastoral de comunicación esta etapa estaría caracterizada por la preocupación de las autoridades eclesiales con la calidad de los mensajes que circulan por los medios, en especial aquéllos que contrariaban “la moral y las buenas costumbres” y el pensamiento cristiano sobre el mundo, las personas y las cosas. De esta posición surgiría entonces la censura moral de las películas y los cines y la preocupación por formar y enseñar el recto uso de los medios a los fieles a fin de que éstos supiesen como comportarse ante los mensajes de los medios. Conociendo la verdadera doctrina, las verdades morales y cristianas, los fieles estarían a salvo de los peligros propios de los nuevos medios.

El segundo modelo de educación señalado por Gomes (2005) es el que pone énfasis en los efectos y que corresponde a la llamada ingeniería del comportamiento. El objetivo consiste

²⁹ Traducción propia

esencialmente en modelar la conducta de las personas según las intenciones del emisor. Puede ser comprendido como una educación persuasiva o manipuladora en la que se valoriza de sobremanera el “hacer”. El modelo de comunicación resultante implica un emisor que envía un mensaje a un receptor, que a su vez emite una respuesta o reacción (retroalimentación) y que es receptada por el emisor. Lo importante son los efectos conseguidos. Si bien se trata de un modelo de doble vía, la respuesta del emisor puede ser planteada como una pseudoparticipación una vez que su retroalimentación es una especie de concesión al receptor. En relación a este concepto de educación y modelo de comunicación, la segunda instancia de la Pastoral de Comunicación concentraría su atención en el uso de los medios. Esto sucede para Gomes (2005), en tiempos del Concilio Vaticano II, “cuando la Iglesia se reconcilió con el mundo moderno” y sus maravillas; entre ellas, los medios de comunicación social. La condena pura y simple hacia las técnicas de difusión desaparece. Por el contrario, la Iglesia descubre el valor de los medios como instrumentos adecuados para llegar a las personas, modelar su personalidad, modificar sus comportamientos. En consecuencia, en la Pastoral de comunicación se acentúa el “hacer”, el utilizar los medios para lograr determinado fin: transmitir el mensaje evangélico para la entera humanidad.

Finalmente, el tercer modelo de educación pone énfasis en el proceso, esto es, destaca la transformación de las personas y comunidades. Según el autor, el foco reside en la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, en el desarrollo de sus capacidades intelectuales y de una conciencia social. Por consiguiente, se valoriza el “pensar”. En el modelo comunicacional correspondiente a este concepto educativo el ser humano es, al mismo tiempo, emisor y receptor, y la comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en un estado de total reciprocidad. Así, como la educación pone énfasis en el proceso, destacando la transformación de las personas y comunidades, del mismo modo, para Gomes (2005), la Pastoral de comunicación pasa a enfocarse en el proceso comunicacional que se establece entre las personas y en la sociedad en general, abarcando una dimensión más amplia de análisis. La gran preocupación comienza a residir entonces en la valoración del “pensar”, esto es, comprender los mecanismos sociales que impiden que los individuos y las comunidades sean sujetos activos en los procesos de comunicación. En consecuencia, la Pastoral de comunicación se concentra en realizar una educación para la comunicación en la cual cada individuo, grupo o comunidad, ejerza su derecho fundamental a la comunicación.

7.8.10 ANÁLISIS DEL CORPUS SEGÚN LOS PERÍODOS

En las consideraciones finales de los análisis de cada uno de los documentos del corpus también fue constatado este progresivo avance que los autores citados reconocen en la relación de la Iglesia con el mundo de los *medias*. No obstante, también existen ciertas discrepancias entre sus planteamientos y los resultados obtenidos fruto del análisis discursivo del corpus de estudio. En el cuadro que aparece a continuación se ponderan dichos resultados con la caracterización de los tres modelos esbozados por Gomes (2005) a fin de dar cuenta de las similitudes y diferencias mencionadas.

Modelo de educación

	Primer modelo	Segundo modelo	Tercer modelo
<i>Vigilanti cura</i>	Valoración del cine en su función educativa de transmisión de valores y formación del sentido moral: “el cine es realmente, para la mayoría de los hombres,		

	una lección de cosas que instruye más eficazmente en el bien y en el mal de que el raciocinio abstracto". (nº 20)		
<i>Miranda prorsus</i>	<p>Énfasis en la educación religiosa para el tratamiento de los medios. Ej. objetivo de la Encíclica: "recordar la doctrina cristiana relacionada con este tema, recomendar providencias necesarias y ayudarlos 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". (p. 3)</p> <p>Definiciones normativas sobre los principios que deben regir la utilización de los medios-servir a la verdad y libertad en la difusión.</p>		
<i>Inter mirifica</i>		<p>Énfasis en el conocimiento de las normas del orden moral a fin de llevarlas a la práctica en el uso de los medios.</p> <p>Se menciona la necesidad de formar una recta opinión pública.</p>	
<i>Communio et Progressio</i>		<p>Foco en la finalidad superior de los medios: la comunión y el progreso humano.</p> <p>Permanente exhortación a todos los agentes para conducir su comportamiento en pro de esta finalidad.</p>	
<i>Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales</i>	Esfuerzo por construir discursivamente la inaceptabilidad de los contenidos violentos y pornográficos y la negatividad de sus efectos sobre la moral.	Se menciona el desarrollo del sentido crítico como medio para el recto consumo de contenidos mediáticos.	
<i>Aetatis novae</i>			<p>Se caracteriza la situación social como una aldea global en que la experiencia humana se ha vuelto una experiencia mediática.</p> <p>Reflexión sobre las nuevas problemáticas sociales de los medios: globalización, monopolios económicos, privatizaciones, influencia del primer mundo sobre las formas culturales tradicionales, la situación de los países subdesarrollados, etc.</p>

<i>La Iglesia e Internet</i>	Valoración de Internet para los fieles centrada en los beneficios para la formación de la conciencia y la adquisición de conocimientos religiosos.		
------------------------------	--	--	--

Cuadro N° 5: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de educación.

Modelo de comunicación

	Primer modelo	Segundo modelo	Tercer modelo
<i>Vigilanti cura</i>	<p>Énfasis en la transmisión de informaciones de la autoridad. Ej. objetivo de la Encíclica: “exteriorizar más ampliamente nuestro parecer sobre este asunto [el cine]”. (n° 2)</p> <p>Descripción de la influencia del cine en las audiencias bajo una perspectiva conductista de la naturaleza del receptor.</p>		
<i>Miranda prorsus</i>	<p>Modelo conductista sobre los efectos positivos y negativos de los medios en los hombres “según el espectáculo ponga en evidencia y estimule los elementos de uno u otro campo”. (p. 3)</p> <p>Hincapié en las comunicaciones de la Iglesia como emisora y su inalienable derecho a ejercer dicho rol.</p>		
<i>Inter mirifica</i>	<p>Hincapié en el originario derecho de poseer y utilizar los medios.</p> <p>Aun no se contempla ningún tipo de feedback o iniciativa de los fieles/receptores.</p>		
<i>Communio et Progressio</i>		Se contempla la participación de los ciudadanos y fieles en el diálogo con la Iglesia. Sin embargo, sus opiniones se supeditan a una mejor adaptación de la institución eclesial en el mundo.	
<i>Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales</i>	En la construcción de la problemática de la pornografía y la violencia subyace la concepción de un emisor totalmente influenciable. No se contempla ningún tipo de		

	participación en el debate sobre estos fenómenos contrarios a la moral cristiana. Como formas de pecado, deben desdeñarse.		
<i>Aetatis novae</i>		Se contempla el diálogo de la Iglesia con los profesionales de comunicación y el mundo y la importancia de comprender los nuevos procesos sociales que afectan a la sociedad. Sin embargo, dichos intercambios se subordinan a la eliminación de obstáculos que se oponen al Evangelio y a la mejor información de la palabra de Dios.	
<i>La Iglesia e Internet</i>		Se habla de “interactividad” pero prevalece el énfasis en los flujos de informaciones desde la Iglesia.	

Cuadro N° 6: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de comunicación

Modelo de la Pastoral de comunicación

	Primer modelo	Segundo modelo	Tercer modelo
<i>Vigilanti cura</i>	<p>La gran preocupación reside en los contenido de las películas, principalmente, los que “rebajan el sentido moral de los espectadores”. (n° 7)</p> <p>Elogio a la Legión de la Decencia en su cometido por “reprimir los abusos de las representaciones cinematográficas”. (n° 1)</p> <p>Elogio a las autoridades públicas en sus intentos por crear comisiones de censura.</p> <p>Directrices orientadas a vigilar y a ejercer influencia sobre las producciones cinematográficas para que el cine se torne “instrumento de educación y de elevación moral”.</p>		
<i>Miranda prorsus</i>	<p>Función restrictiva hacia los medios evidenciada en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El rol asignado a la autoridad pública: deber de vigilancia y control en la observancia del orden moral. - Oficinas nacionales de revisión para la clasificación 	<p>Definición del interés eclesial sobre los medios en relación a la misión de “trasmitir a los hombres un mensaje universal de salvación”. (p.1)</p> <p>Énfasis en la importancia del acceso de la Iglesia al discurso público.</p>	

	moral de películas, emisoras y programas de radio y televisión.	Directrices orientadas al fomento de transmisiones religiosas y emisoras católicas, y a la formación de sacerdotes y laicos para utilizar los medios en pro del cometido eclesial.	
<i>Inter mirifica</i>		Se establece la misión eclesial de predicar el mensaje de salvación también a través de los medios: “procurar que los medios de comunicación social, sin ninguna demora y con el máximo empeño, se utilicen eficazmente en las múltiples obras de apostolado”. (nº 13) Directrices orientadas al fomento de la prensa católica y de emisoras y emisiones religiosas, y a la formación de sacerdotes, religiosos y laicos para contar con la debida competencia para dirigir los medios hacia los fines del apostolado.	
<i>Communio et Progressio</i>		Exhaustiva exposición de las potencialidades de los medios para mejorar las comunicaciones eclesiales internas y externas. Innumerables directrices para promover el uso de los medios en la Iglesia.	Exhortación al fomento de la libertad de información y expresión como principios fundamentales para el desarrollo de cualquier sociedad.
<i>Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales</i>	Pautas de acción orientadas a combatir la producción, circulación y consumo de la pornografía y la violencia.		
<i>Aetatis novae</i>		Directrices orientadas a incluir los medios como parte integrante de todo programa pastoral y a utilizarlos para mantener y reforzar la credibilidad y eficacia de la Iglesia.	Exhortación a la promoción de sistemas de comunicación más justos y equitativos. Necesidad de fomentar la ayuda a los países menos desarrollados.
<i>La Iglesia e Internet</i>		Utilización de Internet como vehículo para la catequesis y evangelización. Exhaustiva descripción de los beneficios de Internet en vistas a mejorar la eficacia de la Iglesia.	

Cuadro Nº 7: Análisis del corpus según los períodos - Modelo de la Pastoral de comunicación.

7.8.11 ¿EVOLUCIÓN, ESTANCAMIENTO O RETROCESO?

En el cuadro anterior se verifica la imposibilidad de caracterizar el avance de la reflexión eclesial en términos lineales y evolutivos. Al respecto, Gomes aclara:

Cumple decir que, por más que hayamos hecho una división didáctica e histórica de las posiciones tomadas por la Iglesia en la Pastoral de Comunicación, estas visiones nunca se dan de manera químicamente pura. Si bien cada una de ellas se identificó con una fase histórica del pensar y actuar eclesial, ellas aún hoy subsisten, conviviendo, de manera dialéctica y conflictiva, en la práctica pastoral de la Iglesia³⁰. (Gomes, 2005:32)

Como se señaló anteriormente, con el transcurso de los años, los documentos evidencian concepciones que podrían considerarse como avances en la relación de Iglesia con los medios. No obstante, al mismo tiempo, y utilizando la misma terminología, junto a ellos coexisten posturas de estancamiento y retroceso:

Mismos parámetros para nuevos medios

La tentación de aplicar principios y explicaciones del pasado a las nuevas realidades mediáticas es muy grande y ese “pecado” es cometido con frecuencia en el repertorio discursivo analizado. Un ejemplo de ello se verifica en *Aetatis Novae*, cuando los autores hablan sobre la necesidad de incorporar el mensaje de salvación a los medios audiovisuales y sus efectos: “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»” (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, n° 11). Este principio “ver, juzgar, actuar” proviene de una propuesta metodológica para la enseñanza religiosa que data de la primera mitad del siglo XX. Dicho método, aún vigente en la Iglesia, consiste en instar a los fieles a reflexionar no a partir de ideas abstractas, sino de su propia experiencia cotidiana. El conocimiento adquirido de primera mano debe ser posteriormente analizado a la luz de la fe y del mensaje de Jesús y de la Iglesia. El propósito es lograr una mejor capacitación para poner en práctica los principios y directivas doctrinales.

Esta concepción de aprendizaje proviene de la lógica de una cultura de la escritura, donde los sujetos filtran e incorporan la realidad externa -ya sea a partir de sus experiencias o de la lectura- y la procesan conforme a sus esquemas mentales. Sin embargo, de Kerckhove (1997) sostiene que, cuando expuestas a las tecnologías audiovisuales, las personas adoptan otras estrategias de procesamiento de la información:

El efecto psicológico más ignorado de la televisión es probablemente el hecho de ésta haber tornado externo tanto el contexto como el programa de procesamiento de información personal. En la estructura psicológica creada por la alfabetización, nuestro programa es el alfabeto. Está, por un proceso cualquiera, interiorizado, afectando permanentemente la organización de nuestro sistema visual. Por otro lado, el «cuadro», nuestra organización perspectiva de tiempo y espacio, también está por dentro. Con la televisión, tanto el cuadro como el programa son externos. Incluso nuestro tiempo es pormenorizadamente programado por la hora televisiva. El cuadro es evidentemente la propia pantalla de la TV. Siendo bidimensional, elimina instantáneamente la perspectiva. McLuhan comentó que no puede literalmente, haber un punto de vista frente a la TV. (...) La pantalla de TV es un cuadro de prescripción perceptiva riguroso, porque, de sólo una vez, encuadra todas las dimensiones de todo lo que halla para ver, enfoca la mirada y la atención del espectador y condiciona absolutamente la forma en que la información es procesada y distribuida. (De Kerckhove, 1997: 50)³¹

Otra diferencia sustancial para de Kerckhove, reside en el hecho de que las tecnologías audiovisuales hablan al cuerpo y no a la mente puesto que pasan por encima de nuestras facultades críticas.

³⁰ Traducción propia.

³¹ Traducción propia.

Cuando vemos televisión nos es negado el tiempo necesario para integrar la información a un nivel de conciencia completo. (...) Cuando confrontado con presentaciones en mudanza rápida y acción acelerada, el espectador es literalmente llevado de imagen para imagen. Esto exige una adaptación inesperada pero constante a los estímulos perceptivos. Como resultado, el espectador deja de poder mantener el ritmo y desiste de hacer clasificaciones mentales. Descubrimos que, cuando esto ocurre, el individuo acciona y reacciona de forma crecientemente fisiológica, lo que por su vez conduce a una reducción en la comprensión. El espectador se vuelve, por así decirlo, víctima de una fuerza externa, de la rapidez del montaje audiovisual. (De Kerckhove, 1997: 40-41)³²

A pesar de las diferencias que de Kerckhove señala acerca de lo que sucede con la autonomía de las facultades críticas según el medio, la Iglesia continúa pensando en términos de la cultura de la escrita y en los procesos de interpretación que ella propiciaba. Estas interpretaciones se trasladan indiscriminadamente para entender la cultura audiovisual, cuando, en realidad, esta última conlleva experiencias mediáticas cuya lógica es intrínsecamente diferente.

Lo mismo sucede en La Iglesia e Internet cuando los autores interpretan la interactividad desde la concepción del flujo de doble vía, propia de modelos tradicionales de las comunicaciones analógicas; o cuando se infravalora la experiencia *on-line* como una pseudo-realidad totalmente separada y complementaria a la verdadera realidad.

La perdurabilidad de la mirada restrictiva

A pesar de que la intermediación restrictiva de la Iglesia frente a los medios es presentada como característica de las fases iniciales del Magisterio y la Pastoral de comunicación, dicha postura continúa manifestándose en los documentos más actuales, aunque en diversos grados y formas según el tipo de tecnología mediática:

En el cine

Vigilanti cura: Censura explícita a través de la categorización de proyecciones y el llamado a los fieles a boicotear las “malas” producciones.

Miranda Prorsus: Permanencia de la función vigilante de las Oficinas Nacionales y la publicación de sus críticas y juicios morales a través de la publicación periódica de boletines. Exhortación a productores y directores a abstenerse de colaborar con las malas producciones bajo amenaza de sanción: “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 los Obispos no dejarán de amonestarlos, empleando si fuera menester, oportunas sanciones” (p.13). Exhortación a los gobernantes “a no prestar ninguna clase de ayuda a la producción o programación de películas de moralidad deficiente” (p.13).

En la radio y la televisión:

Miranda Prorsus: Función de las Oficinas católicas radiofónicas nacionales de vigilar, juzgar e informar a los fieles sobre el valor de las transmisiones. Prohibición a los fieles de consumir contenidos mediáticos inapropiados “los pastores de almas recuerdan a los fieles que la ley de Dios prohíbe escuchar transmisiones dañosas para la fe y las buenas costumbres” (p.15).

En los medios audiovisuales en general:

Inter mirifica: Exhortación a informarse sobre los juicios de las autoridades eclesiales acerca de las transmisiones audiovisuales y respetarlos: “Por consiguiente, para cumplir la ley moral,

³² Traducción propia.

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” (nº 9). Exhortación a las autoridades públicas a “procurar justa y celosamente, mediante la promulgación de leyes y su diligente cumplimiento, que el mal uso de estos medios no desencadene graves peligros”. (nº 12)

Pornografía y violencia en las comunicaciones sociales: Exhortación a los comunicadores sociales a poner “un dique a la marea de la pornografía y de la exaltación de la violencia en la sociedad”. (nº 23)

En Internet:

La Iglesia e Internet: Propuesta de creación de un sistema de certificación bajo la supervisión de representantes del Magisterio para calificar los sitios que verdaderamente expresan la posición auténtica de la Iglesia.

¿Un tercer modelo?

En el corpus discursivo analizado casi no existen indicios de la tercera fase pastoral planteada por Gomes (2005). Sólo en *Aetatis Novae* comienza a vislumbrarse una verdadera reflexión por parte del Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales acerca de la problemática mediática en términos más amplios, como un nuevo social. Sin embargo, como se constató en el análisis de este texto, en el modelo pastoral continúa prevaleciendo la valoración instrumental de los *medias* y su aplicación práctica como herramientas, como técnicas de difusión para la evangelización.

En lo que respecta al tercer modelo de comunicación, si bien a partir de *Communio et Progressio* se comienza a hablar verdaderamente de la importancia de la opinión pública y del diálogo de la Iglesia con sus fieles y con el mundo, todo ello queda en el nivel teórico, como contenido de máximas y principios, pero que no se refleja en pautas de acción efectiva. La auscultación de las opiniones de los ciudadanos y la comprensión de “los lenguajes” de cada pueblo y cultura se abordan desde la perspectiva de una mejor adaptación de los mensajes eclesiales a fin de lograr una mejor acogida en los nuevos sociales mediáticos. Por esta razón, el modelo de comunicación subyacente continúa siendo el asimétrico bidireccional.

El análisis discursivo de los documentos eclesiales seleccionados como objeto de estudio revela una lenta transición del pensamiento eclesial y su postura respecto al fenómeno de las comunicaciones sociales desde los años '30 a la actualidad. Si bien con estancamientos y retrocesos, la Iglesia Católica fue asumiendo progresivamente a la comunicación social como una realidad a la cual debía pertenecer para sobrevivir, más que a un enemigo al cual detener. Con el paso del tiempo, la reflexión eclesiástica sobre los *medias* se fue haciendo más aguda y “profesionalizada”, hecho que puede constatarse, entre otras cosas, en el desarrollo y especialización del Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales -al punto de llegar a convertirse en una Oficina permanente de la Curia Romana-; en el creciente corpus doctrinario sobre las comunicaciones sociales y la complejidad de los temas abordados; y en la celebración de numerosas reuniones mundiales, regionales y nacionales para la discusión de éstas problemáticas.

A pesar de ser imposible establecer aquí una relación de causalidad, el análisis contextual histórico realizado permite esbozar algunas variables hipotéticas que podrían haber influido en la creciente preocupación pontificia sobre el fenómeno de los *medias*. El desarrollo exponencial de las tecnologías de la información y comunicación y su progresiva incidencia en la configuración de la cultura podrían tomarse como factores clave en la intensificación de la preocupación comunicacional de la Iglesia. En la medida en que nuevos dispositivos mediáticos irrumpen con cada vez mayor celeridad en la experiencia humana y pasan a formar parte constitutiva de la cotidianeidad, la Iglesia buscaría profundizar su entendimiento y utilización para aproximar su palabra a los fieles y guiarlos en las nuevas realidades que los medios suscitan.

La creciente reflexión sobre las comunicaciones sociales por parte de las autoridades de la Iglesia, además de poder ser interpretada como consecuencia, también podría ser tomada como causa del progresivo interés eclesial sobre los medios. Esto es, a mayor conocimiento del potencial “benéfico” y “maléfico” de los *medias*, mayor interés y preocupación en el asunto y mayor grado de profesionalización en su tratamiento. Esta maduración de la problemática comunicacional en las reflexiones eclesiales llevaría entonces a la Iglesia a interpretar los medios como vehículos imprescindibles en su evangelización y a considerar el acceso al discurso público como un objetivo fundamental.

Por último, desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso, el origen del progresivo interés de la Iglesia en los medios también podría encontrarse en relación a la pérdida de la hegemonía de las instituciones dogmáticas, absolutistas y tradicionales característica de la sociedad mediática posmoderna. Como fue apuntado en la justificación del presente trabajo, pensadores como Vattimo (1992), sostienen que los medios de comunicación social tienen un papel determinante en el proceso de disolución de los puntos de vista centrales que caracteriza la posmodernidad, en tanto elementos de una gran explosión y multiplicación de visiones de mundo. El caos y la inestabilidad que predominan en este contexto plural y secularizado asustan, principalmente, a quienes siempre se colocan en una perspectiva de dueños de “la verdad”; aquellos que, a pesar de su trayectoria, aún piensan que existen los que saben y deben enseñar y los que no saben y deben aprender. Los medios de comunicación social se afianzan como los principales vectores de la mundialización simbólica, vehiculizando e instituyendo “verdades” plurales y alternativas que desafían las narrativas totalizantes de las instituciones de antaño.

Esta crisis de una única autoridad solaparía también la salvaguarda de la Iglesia como depositaria de la verdad última, al promover una relativización de su reconocimiento supremo por parte de los diversos agentes y grupos sociales. El aumento del interés eclesial por las comunicaciones sociales, podría ser interpretado entonces como una respuesta de la institución para sobrevivir y mantener su lugar dominante a través del acceso al discurso público (misión instrumental) y el sometimiento del mundo mediático bajo sus parámetros doctrinales (misión educativa). En otras palabras, la Iglesia comenzaría a interesarse por el

mundo de los medios y a perfeccionar sus estrategias de adaptación al advertir que éstos amenazan cada vez más con destronarla de su posición dominante en el mercado de los bienes de salvación.

No obstante, a juicio de la autora de este trabajo, el entendimiento eclesial de los medios de comunicación social presenta aún innumerables baches. Tal vez por el afán de relacionar y fundamentar su accionar en la doctrina católica como forma de posicionarse como actor legítimo en el ámbito mediático, la construcción discursiva de los medios se edifica en presupuestos antropocéntricos y voluntaristas de la realidad que derivan en una interpretación netamente instrumental del fenómeno de las comunicaciones sociales. La adhesión incondicional a estos paradigmas representa un obstáculo que impide aprehender plenamente todas las dimensiones que integran la problemática de los medios. ¿Por qué entonces en la Iglesia dichos supuestos se mantienen a pesar del paso del tiempo y la emergencia de nuevas coyunturas? “Porque la comunicación, en la Iglesia, se entiende a partir de la comunicación que hace de sí mismo el Verbo de Dios” (Instrucción pastoral *Aetatis Novae*, nº 10). Tal vez esta respuesta -enunciada como justificación a la intervención eclesial en el ámbito mediático- también sirva para entender por qué es impensable para la Iglesia abordar el fenómeno de la sociedad mediática fuera de un paradigma antropocéntrico, voluntarista e instrumental; justamente, porque la historia de Dios, de la Creación, de la Salvación y todos los capítulos que integran la doctrina cristiana, están pensados bajo ese paradigma:

- los hombres fueron creados a imagen y semejanza de Dios;
- los bienes mundanos fruto del ingenio de los hombres son en primera instancia dones de Dios;
- como dones de Dios son naturalmente positivos;
- el hombre “emplea” estos dones según su voluntad;
- las consecuencias negativas que puedan derivar de ellos son producto del abuso de los hombres que han caído en ocasión del pecado;
- pero es el mismo hombre quien, siguiendo el camino de Dios y por la intersección de la Iglesia, puede redimirse del pecado;
- por ende, el hombre por su misma voluntad es capaz de revertir un estado de situación que él mismo ha propiciado estando bajo los designios del pecado.

Sin embargo, aceptar la comunicación como un fenómeno social en permanente cambio implica enfrentar lo nuevo e inusitado mediante una reflexión pastoral continua, abierta tanto a nuevas interpretaciones como a parámetros y presupuestos para evaluarlas. ¿Cómo se puede valorar la intrincada influencia de los medios de comunicación con parámetros maniqueístas? ¿Cómo continuar persiguiendo la imposición de la moral católica como ideal en el funcionamiento de los *medias* cuando éstos mismos destrazan el absolutismo y unicidad de las verdades fundamentales? Incluso, ¿cómo sostener que las personas “usan” los medios conforme a su voluntad en circunstancias donde desaparecen los límites entre humano y tecnología?

Partiendo, entonces, del nuevo mapa, o de la reconfiguración de lo que se llama por “proceso comunicacional” en la sociedad contemporánea, el gran desafío de la Pastoral de Comunicación hoy es superar la visión instrumental de los medios y reflexionar sobre las transformaciones comunicativas prestando atención no sólo a los cambios en las formas de almacenar, organizar y transmitir las informaciones, sino también al carácter cualitativo de dichas mudanzas y a las nuevas formas de ser/estar en el mundo que ellas propician.

En la actualidad, la construcción de un social en red, caracterizado por circuitos informativos tecno-psicológicos interactivos, obliga a reinterpretar las formas y las prácticas de las interacciones sociales fuera de los antiguos paradigmas y conceptos propios de relaciones comunicativas analógicas. Incluso el mismo papel de las tecnologías comunicativas en el

interior de las relaciones sociales debe ser repensado, así como también el rol de los participantes dentro de ese contexto. La transición de un modelo comunicativo bidireccional hacia uno interactivo y reticular, donde se desdibujan los roles de emisor y receptor, altera tanto la práctica como el significado de lo que es comunicar, en la medida que instaura una forma pan-comunicativa y atópica de interrelaciones. Empresas, gobiernos e instituciones están siendo reconfigurados por la red, así como también sus formas de relacionarse con sus públicos. Las tradicionales jerarquías socialmente consolidadas son progresivamente substituidas por formas colaborativas y experiencias de trabajo en red, cada vez menos vulnerables al control de entidades superiores. En esta nueva sociedad temporal, invisible pero activa, que se crea, desconstruye y recrea constantemente, es necesario que todos los actores se dispongan a participar y experimentar su idiosincrasia a través de las redes. No obstante, para ello, es necesario abandonar viejos conceptos de sociedad y comunicación: “La red no puede ser utilizada de forma instrumental: ella es una nueva arquitectura y, por lo tanto, puede ser habitada, pero no como un territorio externo, una vez que ella nos habita y constituye. La red puede ser habitada solamente de forma simbiótica, esto es, solamente en la medida en que nos dejemos que ella nos habite también”³³.

La síntesis que este trabajo presenta acerca del Magisterio pontificio sobre las comunicaciones sociales, pretende ser de utilidad para suscitar el deseo tanto de pastores y fieles en comunión con la Iglesia, como de empresarios y profesionales de la comunicación de adentrarse en la basta reflexión e implicación de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones sociales. Sus conocimientos y pericias podrán constituir un gran aporte para que los medios dejen de ser vistos como realidades rivales a la vida y la misión eclesial, o como meros instrumentos de evangelización, y, de esta manera, hallar nuevas interpretaciones y formas de habitar que permitan a la fe católica, a través de la Iglesia, ofrecer valiosos aportes a la sociedad de comunicación generalizada, en la que, afortunadamente, hoy toca vivir.

³³ Massimo di Felice. Apuntes de clase. Disciplina “As formas comunicativas do habitar”. ECA - USP. 2008. Traducción propia.

- BLACK, G.D. (1999). *Hollywood censurado*. Madrid: Cambridge University Press.
- BOURDIEU, P. (1996). *A Economia das Trocas Lingüísticas*. São Paulo: EDUSP.
- BRANDÃO, H. (2004). *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Unicamp.
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H. y TUSÓN VALLS, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- CASTELLS, M. (2008). *A sociedade em rede. A era da informação: Economia, sociedade e cultura. Vol. I*. São Paulo: Paz e Terra.
- CITELLI, A. (2002). *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Ática.
- DE MORAGAS SPÁ, M. (Ed.) (1985). *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones y efectos. Vol. III*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DI FELICE, M. (2008). *Das tecnologias da democracia para as tecnologias de colaboração* en DI FELICE, M. (Org.) (2008). *Do público para as redes. A comunicação digital e as novas formas de participação social*. São Paulo: Difusão
- EILERS, F. (2009). "Social Communication" as a Vatican II Concept. *FABC Papers*, 128, 8-14.
- GIL FILHO, S. F. (2002). *Fides et ratio: notas para uma crítica ao discurso religioso* en ARIAS NETO, J. M; DE BONI, M. I. y SOUZA, S. C. (Orgs.) (2004) *150 anos de Paraná: História e Historiografia - Anais do VIII Encontro Regional de História*. Curitiba: Aos quatro ventos. Disponible en: <http://www.uel.br/pessoal/jneto/arqtxt/150anosParana-HistoriaHistoriografia.pdf>
- GOMES, P. G. (2005). *Teologia e Comunicação: reflexões sobre o tema*. Cadernos Teologia Pública, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 12.
- GOMES, P. G. y NETO A. F. (2005). *¡Descíframe, o...! Campo religioso versus espacios mediáticos*. Revista Nueva época, 4, 147-173.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2004). *Metodología de la Investigación* (3ra Ed.) México: Mc Graw Hill.
- LIBÂNIO, J. B. (2005a). *Contextualização do Concílio Vaticano II e seu desenvolvimento*, Cadernos Teologia Pública, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 16.
- _____. (2005b). *Entrevista*. Revista IHU On-line, 150, 64-69. Disponible en <http://www.ihuonline.unisinos.br/uploads/edicoes/1158344547.83pdf.pdf>
- LO CASCIO, V. (1998). *Gramática de la Argumentación*. Madrid: Alianza.
- MARAFIOTI, R. (2005). *Los patrones de la argumentación: la argumentación en los clásicos y en el siglo XX*. Buenos Aires: Biblos.
- _____. (Comp.) (2008) *Recorridos Semiológicos. Signos, enunciación y argumentación*. (3ra Ed.). Buenos Aires: Eudeba.

- MARTÍ, J. (2006, junio). *Representación de estructuras argumentativas mediante el análisis de redes sociales*. REDES - Revista hispana para el análisis de redes sociales, 10(4).
- PERELMAN, C. Y OLBRECHTS-TYTECA, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- ROLFES, H. (2007). *Inter mirifica and what followed: The Second Vatican Council as the beginning of a new era in the relationship between the Church and the Media* en ROLFES, H. y ZUKOWSKI, A.A. (Ed.) (2007). *Communicatio socialis: challenge of theology and ministry in the church*. Alemania: Kassel University Press.
- SANTAELLA, L. (2003). *Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura*. San Pablo: Paulus.
- SIMANCA CASTILLO, O. (2005). *La censura católica al cine en Medellín: 1936-1955. Una perspectiva de la Iglesia frente a los medios de comunicación*. Revista Historia Crítica (28), 81-104.
- SPOLETINI, B. (2004). *Comunicación e Iglesia: un desafío permanente (I)*. Revista Vida Pastoral, 249. Disponible en: <http://www.san-pablo.com.ar/vidapastoral/?seccion=sumario&numero=249>
- TANNER, N. (2005). *The Church and the World: Gaudium et Spes, Inter Mirifica: (Rediscovering Vatican II)*. Nueva York: Paulist Press.
- TRENZADO ROMERO, M. (2007). *Cine y poder: el cine español y la secularización del discurso público sobre la moral durante la transición y consolidación democrática*. Revista Política y sociedad, 3(44), 71-88.
- VAN DIJK, T. A. (1996). *Análisis del discurso ideológico*. Versión Revista de Comunicación y Política, 6, 15-43.
- _____. (1999a). *El análisis crítico del discurso*. Revista Anthropos, 186, 23-36.
- _____. (1999b). *Ideología. Un enfoque multidisciplinario*. Barcelona: Gedisa.
- _____. (2001). *Algunos principios de una teoría del contexto*. ALED Revista latinoamericana de estudios del discurso, 1, 69-81.
- _____. (2003). *La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad* en WODAK, R & MEYER, M (Comp.) (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.
- VAN EEMEREN, F. y GROOTENDORST, R. (1984). *Speech Acts in Argumentative Discussions*. Dordrecht, Holanda: Foris Publications.
- VAN EEMEREN, F; GROOTENDORST, R. y SNOECK HENKEMANS (2006). *Argumentación: análisis, evaluación, presentación*. Buenos Aires: Biblos.
- VATTIMO, G. (1992). *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio D'Água.
- VERÓN, E. (1980). *Discurso, poder, poder del discurso*. Anais do primeiro colóquio de Semiótica. Rio de Janeiro: Loyola y PUC.

- VIDAL PELAZ LÓPEZ, J. (2005). *Los católicos españoles y el cine: de los orígenes al nacionalcatolicismo* en RUIZ SÁNCHEZ, J. L. (Coord.) (2005). *Catolicismo y comunicación en la Historia contemporánea de José Leonardo*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- VON SPRECHER, R. (Ed.) (1996). *Paneoclip. Introducción a la comunicación social*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- WOLF, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

DATOS DEL AUTOR

Mistrorigo Benintende, María Hilda

mariamistrorigo@hotmail.com

Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales

Universidad Empresarial Siglo 21

DATOS DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Título en español: Medios en el purgatorio. El discurso de la Iglesia Católica sobre los medios de comunicación social.

Título en inglés: Media in purgatory. The Catholic Church's discourse upon the media of social communication.

Título en portugués: As mídias no purgatório. O discurso da Igreja Católica sobre os meios de comunicação social.

Comisión Asesora y Evaluadora: Alejandra Martínez y María Eugenia Scocco

Fecha del último coloquio: Abril de 2010

Versión digital del TFG: Medios en el Purgatorio. Formato PDF

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN FORMATO ELECTRÓNICO

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis.

Firma del alumno

