

[“¡Un desafío! Se trata de hacer descubrir, a través de los Medios de Comunicación Social, además del encuentro personal, la belleza de todo lo que constituye el fundamento de nuestro camino y de nuestra vida, la belleza de la fe, la belleza del encuentro con Cristo”, Papa Francisco.]

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL AL SERVICIO DE LA EVANGELIZACIÓN

[UNA APROXIMACIÓN
DOCUMENTAL]

1



SUMARIO

1. PRESENTACIÓN	5
2. INTRODUCCIÓN.....	7
3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, UN DESAFÍO PERMANENTE	9
Jesús comunicador	11
4. LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	14
La comunicación a partir del Concilio Vaticano II	14
El desarrollo de los Medios de Comunicación Social visto desde los documentos y la enseñanza de la Iglesia.....	15
Apertura al siglo XXI	17
En síntesis.....	20
El impulso evangelizador en los Medios de Comunicación	21
La presencia en los Medios de Comunicación Social: Escucha y acogida del drama humano	23
5. LA ORDEN DOMINICANA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	25
Medios de Comunicación y Evangelización	27
Los MCS en los últimos capítulos de la Orden	27
6. LA CONGREGACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	30
7. CONCLUSIÓN	34
8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA	36

1. PRESENTACIÓN

“Id y haced discípulos a todas las gentes...” Mt 28, 19

En el momento en que se abrió la página Web de la Congregación, habíamos deseado una apertura a los Medios de comunicación, no sólo para un servicio de comunicación interna que hiciera más fluidas las relaciones entre las diferentes estructuras, sino también como *un camino nuevo para entrar en conversación con el mundo*.

El Capítulo General de 2009 había pedido a todas hacer un esfuerzo en este sentido y había expresado la idea de un "proyecto" que propusiera caminos de acceso a este nuevo "continente digital", con el fin de poder adaptar nuestra misión de evangelización.

Hoy quiero agradecer calurosamente a las cuatro hermanas que gracias a la coordinación de hermana María Leonor Charria, consejera, aceptaron responder a esta petición capitular. Puedo testimoniar que lo han hecho generosamente, poniéndose en contacto para un trabajo común, totalmente pensado y realizado por internet. Ellas mismas pueden decir las posibilidades maravillosas de esta comunicación y medir también las dificultades que se les presentaron a lo largo de su realización.

Su investigación tiene en cuenta la realidad de la Congregación, el largo recorrido para comprender cómo la acción de evangelizar, pensada a partir de los Medios de comunicación, pide mantener la mirada fija en Jesús, el primer evangelizador, la Palabra actuante a través de la pantalla. En estos tiempos jubilares en la Orden dominicana, este esfuerzo se une a todos los de aquellos y aquellas que, por su presencia, llevaron la Palabra directamente hasta los confines del planeta.

El trabajo de cada uno de los miembros del equipo permite proponer a todas, a través de algunos "sub-proyectos", los medios que posibiliten avanzar en la concientización, en la realización de la propuesta y en la formación indispensable en vista a una evangelización renovada.

¡Buena lectura! Qué ella les invite y ayude a situarse de una manera actualizada en este continente de los Medios de comunicación, que forma parte de nuestra misión evangelizadora y participa del ejercicio de la caridad que hay que comunicar a aquellos y aquellas que quieren continuar sirviendo a través de todos los medios que son accesibles en nuestro tiempo. Con esta referencia común, escuchemos el envío de Domingo a sus hermanos "Ve y predica", y el de Marie Poussepin "lleven el conocimiento de Jesucristo y de sus misterios" y recibamos este mismo envío para inventar y tomar nuestro sitio en el campo de la comunicación a nivel mundial.

Sr. Monique Colrat, op
Roma, 4 de mayo 2014

2. INTRODUCCIÓN

El mundo en que vivimos está en continuo cambio y ello pide mayor atención para comprenderlo y más agilidad para comunicarnos. Pocas veces en la historia de la humanidad se han identificado tantos y tan variados cambios en la vida de las personas y las sociedades como en los tiempos actuales. Las tendencias sociales y las nuevas tecnologías están modificando sustancialmente la manera de vivir, de conocer, de trabajar, de relacionarse y por lo tanto, de evangelizar; ello pide a la Congregación entrar de manera responsable en el mundo de las comunicaciones y optimizar la utilización de las nuevas tecnologías como instrumento necesario en la misión.

Este documento, hace parte de un Proyecto acordado en el XVIII Consejo General Ampliado, realizado en enero del 2013, en Cochabamba; la propuesta busca ser una respuesta concreta a lo manifestado y pedido en diversos encuentros y textos de la Congregación, para impulsar la utilización responsable y crítica de los Medios de Comunicación Social en nuestra misión evangelizadora.

La construcción del proyecto fue confiada a una comisión de hermanas¹ y la parte del trabajo que a continuación se presenta, es una aproximación teórica, que fue asumida y construida por el equipo, como marco referencial para sustentar la propuesta.

El texto inicia presentando los Medios de Comunicación como un desafío permanente, para detener luego la mirada en Jesús comunicador de la Buena Noticia de Dios a los hombres; más que las palabras que trasmite, Él es la PALABRA.

A continuación se presenta la Iglesia y los Medios de Comunicación a partir del Vaticano II y el impulso evangelizador de los mismos; esta parte, es la más extensa del documento, pues son múltiples y valiosos los escritos y las reflexiones sobre esta temática, desde diversas instancias eclesiales.

Avanzando en la reflexión, se hace un acercamiento a los documentos de la Orden Dominicana, destacando algunos pronunciamientos hechos, sobre los Medios de Comunicación y su importancia en la predicación, de manera

¹ La comisión está integrada por Hnas. María Leonor Charria, Gemma Morató, Jenny Patricia Obreque, Gloria Eugenia Piedrahita y Emilce Rueda.

particular lo presentado en los Capítulos generales de las últimas décadas, hasta nuestros días.

Se recogen finalmente algunos señalamientos y llamadas a nivel de la Congregación, presentados en los Capítulos Generales y los Consejos Generales Ampliados, hasta llegar al de Cochabamba 2013, que de manera explícita pide la conformación de un equipo para elaborar un proyecto sobre los Medios de Comunicación Social en nuestra misión evangelizadora; éste se presentará al 54 Capítulo General, Tours (Francia) en julio-agosto de 2014. Al final del documento se ofrecen algunas conclusiones.

La intención de este texto es llegar a cada hermana de la Congregación, para motivar, iniciar o ampliar el horizonte evangelizador que ofrecen los Medios de Comunicación, y así el Proyecto del cual hace parte esta reflexión, sea asumido y puesto en marcha en cada una de las estructuras de la Congregación.

Recordemos que el tema elegido por el Papa Francisco para la Jornada Mundial de las Comunicaciones del 2014: “La Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro”, es una nueva invitación para abrirnos y disponernos al encuentro con el OTRO y con los otros, elemento esencial en toda comunicación.

3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, UN DESAFÍO PERMANENTE

El centro en torno al cual gira toda la existencia humana se sitúa en la capacidad de relacionarse y de comunicar aunque no siempre nos demos cuenta. Cuando estamos encerrados en nuestro mundo cultural corremos el riesgo de subvalorar otros mundos culturales. Pensando en esto, nos damos cuenta que en las últimas décadas, los cambios sociales y culturales han sido especialmente significativos con la aparición de las nuevas **Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC)**, y con los nuevos usos derivados de la complejidad de los sistemas. Muchas de las manifestaciones de innovación que describen la influencia del nuevo entorno tecnológico se orientan hacia un concepto amplio de comunicación para la inclusión o la visibilidad de los actores sociales, ocultos en amplias zonas de sombra en nuestro mundo.

La comunicación es un proceso social esencial, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social. Todos y todas, en cualquier lugar y en todo momento, podríamos tener la oportunidad de participar en los procesos de comunicación y nadie debería ser excluido de sus beneficios. Lo cual supone que cualquier persona pueda tener acceso a los medios de comunicación y estar en condiciones de ejercer su derecho a la libertad de opinión y expresión, incluyendo el derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas a través de cualquier medio de comunicación, con independencia de fronteras nacionales.

Desde 1989 hasta hoy nuestras sociedades se han visto sorprendidas por innovaciones espectaculares en el ámbito tecnológico de la información, del conocimiento y de la comunicación. Nuestro planeta está dotado de una complejísima textura de comunicaciones, nos movemos dentro de una verdadera red y somos miembros de comunidades virtuales.

Nuestra sociedad actual es denominada *Sociedad de la información, del conocimiento, de la comunicación, de los saberes compartidos* (Calificación que recibió en la cumbre mundial sobre la sociedad de la información (CMSI) que tuvo lugar el año 2003, en Ginebra). La reflexión que se dio, mostró cómo la información y la comunicación, desde las nuevas tecnologías, contribuyen decisivamente a la expansión de la conciencia humana, amplían nuestro campo de visión mucho más allá del espacio que ocupamos y del tiempo en

que existimos y dilatan nuestra conciencia llevándonos a reubicar, en el conjunto del universo, nuestra identidad individual, comunitaria y de especie:

*“Nosotros, los representantes de los pueblos del mundo, reunidos en Ginebra del 10 al 12 de diciembre de 2003 con motivo de la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, declaramos nuestro deseo y compromiso comunes de construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos”.*²

Llegamos así a una peculiar conciencia de identidad. No nos conformamos con las identidades estrechas, desconectadas, excesivamente específicas. La conciencia de identidad se ha vuelto más flotante, menos delimitada, más relacional, mucho más compleja. Nos encaminamos hacia una sociedad civil mundial, poco a poco nos convertimos en ciudadanos del mundo. Es esta la eficacia socializadora de los Medios de Comunicación Social, sobre todo de la televisión que a través del impacto de la imagen cromática, ha arrebatado al hogar, a la Iglesia y al sistema escolar la hegemonía que hasta hace poco tiempo tenían en el campo de la educación y la formación de la conciencia.

Los Medios de Comunicación Social han llegado a constituirse en los instrumentos más poderosos e influyentes, tanto en la vida pública de un país como en la vida privada de las personas. Nada escapa a su tremendo impacto. Esta avasalladora influencia no sólo se relaciona con las necesidades básicas de la vida: alimento, salud, entretenimiento... sino también y sobre todo, con el área de los comportamientos, de los valores, las ideas y la cultura...

Es sano recordar que los “medios”, son sólo medios, la comunicación va más allá y si es verdad que en sí los medios son neutrales, existe el riesgo de que se manejen como instrumentos eficaces de dominación y alienación. Es preciso afrontar el enorme desafío que significa transformar a toda la ingente masa de telespectadores pasivos en perceptores críticos, desarrollando en ellos su

² Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Ginebra, 2003 y Túnez, 2005. <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-fr.html>.

capacidad de discernimiento. Sólo así, llegaremos a des-absolutizarlos y des-sacralizarlos. La entrada en la sociedad de la información implica un cambio de era comparable al generado por la invención de la escritura y de la imprenta.³

Uno de los grandes logros, de las nuevas tecnologías, ha sido propiciar un mayor protagonismo del público en los procesos de comunicación. Los avances tecnológicos han hecho aparecer en el lenguaje mediático una nueva palabra: “interactividad”. Los usuarios de los medios ya no pueden ser sujetos pasivos de unos contenidos que reciben de los emisores, sino que ellos mismos pueden ser actores y responder, manifestar su opinión, seleccionar los contenidos, valorar la programación, interactuar... convertirse en interlocutores válidos y activos.

Es lo que se llama “periodismo integral” pues abarca empresas mediáticas, periodistas, generadores de cualquier información, oyentes, lectores, telespectadores y navegantes.

JESÚS COMUNICADOR

La Buena Noticia de Dios a los hombres no son palabras es La Palabra, es una persona, es un hombre: JESÚS. Él es la manera como hemos escuchado y conocido a Dios. Es al mismo tiempo anuncio y anunciador, evangelio y evangelizador, la comunicación y el comunicador, la Buena Noticia de Dios (Lc 2,10-11).

La Buena Noticia no es pues un discurso, es la vida de un hombre, vida que se dice en el lenguaje y el lenguaje tiene múltiples expresiones. Cuando la Biblia, y sobre todo el Antiguo Testamento habla de la vocación de los profetas afirma que son enviados a hablar, a hacer presente al pueblo la preocupación, el amor de su Dios. Su voz, su palabra es a veces un grito, es una palabra marcada por la sabiduría y por la impaciencia, es la voz de Dios que no soporta la injusticia. Este Dios que se comunica con su pueblo, es cercano y próximo, se comunica por los medios posibles en el momento histórico: Abraham conversa con Él, lo escucha, es capaz de reconocerlo en las teofanías, capaz de hacerle nuevas

³ Ramírez, Socorro y Vieira, Edgar, “Comunicación y colectividad para Colombia”, Policy Paper 18, Bogotá, Fescol.

propuestas (Gen 12, 1-4; 18,20-33). Yahvé habla con Moisés cara a cara como lo hace un hombre con su amigo (Gen 33,11).

La comunicación entre el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo, la comunión Trinitaria llega hasta la humanidad, a través del Hijo, que 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. *“En diversas ocasiones y bajo diferentes formas, Dios habló a nuestros padres, por medio de los profetas, hasta que en estos días, que son los últimos, nos habló a nosotros por medio de su Hijo”* (Hb. 1,1-2).

San Pablo, después de haber predicado en numerosos lugares, una vez llegado a Atenas se dirige al areópago donde anuncia el Evangelio usando un lenguaje adecuado y comprensible en aquel ambiente (cfr. Act 17, 22-31). El areópago representaba entonces el centro de la cultura del docto pueblo ateniense, y hoy puede ser tomado como símbolo de los nuevos ambientes donde debe proclamarse el Evangelio.⁴

El primer areópago -espacio evangelizador- del tiempo moderno es el **mundo de la comunicación**, que está unificando a la humanidad y transformándola en “aldea global”. Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Para la mayoría de los empobrecidos son el único medio de esparcimiento. Las nuevas generaciones, sobre todo, crecen en un mundo condicionado por estos medios.⁵

Los discípulos de Jesús debemos ser consecuentes con su mandato: *“Lo que les digo en secreto, grítenlo en las azoteas de las casas”* (Mt. 10,27) y sobre todo su disposición final: *“Vayan y anuncien la Buena Noticia a todas las gentes”* (Mt. 28, 19). Hemos de seguir, además, el ejemplo de los primeros discípulos que anunciaron el mensaje usando los medios de comunicación de la época.

⁴ Cfr. Redemptoris Missio, N° 37C.

⁵ Idem.

En su contexto, Jesús enseñaba que la comunicación es un acto moral: *“De la abundancia del corazón habla la boca. El hombre bueno, de su buen fondo, saca buenas palabras y el hombre malo, de su mal fondo, saca malas palabras. Yo les digo que de toda palabra ociosa que hablen los hombres darán cuenta en el día del juicio. Porque por tus palabras serás declarado justo y por tus palabras serás condenado”* (Mt 12,34-37).

También criticaba severamente a quienes escandalizaran a los pequeños, y aseguraba que a quien lo hiciera *“era mejor que le pusieran al cuello una piedra y lo echaran al mar”* (Mc 9,42; cf. Mt 18,6; Lc 17,2). Era completamente sincero; un hombre de quien se podía decir que *“en su boca no se halló engaño”*; insistía en la sinceridad y en la veracidad de los demás, al mismo tiempo que condenaba la hipocresía, la inmoralidad y cualquier forma de comunicación que fuera torcida y perversa: *“Digan sí cuando es sí y no, cuando es no, porque lo que se añade lo dicta el demonio”* (Mt 5,37).

Jesús es el modelo y el criterio de nuestra comunicación. Para quienes están implicados en la comunicación social -responsables de la política, comunicadores profesionales, usuarios, sea cual sea el papel que desempeñen- la conclusión es clara: *“Por tanto, no más mentiras, que todos digan la verdad a su prójimo, ya que todos somos parte del mismo cuerpo (...) No salga de sus bocas ni una mala palabra, sino palabras buenas que edifiquen según la necesidad y que hagan bien a los que las oigan”* (Ef 4,25.29). Servir a la persona humana, construir una comunidad humana fundada en la solidaridad, en la justicia y en el amor, decir la verdad y poner su plenitud final en Dios, ha sido, es y seguirá siendo el centro de la ética en los medios de comunicación.⁶

⁶ Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, Jubileo de los Periodistas. Ciudad del Vaticano, 4 de junio de 2000.

4. LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

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. En ella, por tanto, se concibe **la comunicación como un proceso hacia la comunión**. Fuera de eso, su quehacer en los medios y su afán por llegar a muchos, no tendría sentido. Las nuevas técnicas del comunicar plantean esto a la Iglesia de forma dramática y urgente; por lo tanto, no queda otro camino que “hacerse de ellas” para ser fiel a su misión.⁷

A esta necesidad se añade también un nuevo factor: el desmesurado crecimiento de la población mundial que supera los 7000 millones de seres humanos. Sólo con una inteligente, oportuna y masiva utilización de la comunicación mediática, sin dejar de lado las formas tradicionales, se podrá llegar a tan vasta población.

LA COMUNICACIÓN A PARTIR DEL CONCILIO VATICANO II

Es indudable que la situación de la Iglesia respecto a los MCS cambió radicalmente a partir del Concilio Vaticano II. No sólo a través del decreto *Inter Mirifica*, sino en otros documentos. Los Padres Conciliares vieron claramente que el progreso y la tecnología ya estaban transformando la faz de la tierra. Reconocieron, especialmente, que el desarrollo de la tecnología de la comunicación, con toda probabilidad, iba a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisibles.

El Concilio Vaticano II puso las bases para una nueva Teología de la Comunicación a partir de la eclesiología de la *Lumen Gentium* y de la *Gaudium et Spes*, e hizo posible que el decreto *Inter Mirifica*, en 1963, institucionalizara la comunicación social en la Iglesia, dando a luz dos hitos posteriores como son la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio* en 1971 y, posteriormente la *Aetatis Novae* en 1992. Todo ello abrió una época de realizaciones cada vez

⁷ Cfr. *Communio et Progressio*, Nº 126.

más satisfactorias a todos los niveles, haciendo que los Mass Media llegaran a ser parte integrante de la acción evangelizadora.

Además, el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, al final de siglo XX, publicó el documento *Ética en las Comunicaciones Sociales* (2000), “cuyo fin ha sido proporcionar un criterio rector de carácter moral en la utilización de los medios, actividad humana variada y compleja donde las haya y en la que el imperativo ético se ve a menudo subordinado a los intereses comerciales”. Es un precioso y oportuno aporte a la humanización del fenómeno comunicacional.

EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL VISTO DESDE LOS DOCUMENTOS Y LA ENSEÑANZA DE LA IGLESIA

Es innegable que la globalización nos ha desbordado a todos, con técnicas cada vez más sofisticadas dadas en un ambiente y una actitud permisiva que no reconoce fronteras en ningún sector de la actividad humana. Con demasiada frecuencia el *rating* es el parámetro supremo. Sin embargo, la Iglesia en sus documentos nos llama a poner la comunicación “al servicio de la persona humana” y nos recuerda que “*Los medios de comunicación son y seguirán siendo medios, es decir, instrumentos, herramientas disponibles tanto para un uso bueno como para un uso malo. A nosotros corresponde elegir...*”.⁸ A la vez, se plantean también los interrogantes provocados por las nuevas tecnologías, en particular, Internet.

Teniendo presente esta problemática, el mismo Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales elaboró, con la ayuda de expertos, dos documentos: *Ética en Internet* e *Iglesia e Internet*. Con el primero, la Iglesia quiere aportar a la utilización del nuevo medio “dos elementos de gran importancia: su compromiso en favor de la dignidad de la persona humana y su larga tradición de sabiduría moral”.⁹ Con el segundo, quiere mostrar su aceptación cordial del mismo afirmando que “es importante para muchas actividades y programas” como la evangelización, la re-evangelización, la nueva evangelización, la tradicional labor misionera ad gentes, la catequesis, la educación, las noticias,

⁸ Cfr. *Ética en las Comunicaciones Sociales*, N° 29.

⁹ *Ética en Internet*, N° 2.

la administración... y hasta “algunas formas de asesoría pastoral y dirección espiritual”.¹⁰ Juan Pablo II, anticipándose a su publicación, había dicho que esto “*puede resultar de gran ayuda para los pastores de la Iglesia y fieles a la hora de afrontar los muchos retos de la ‘cultura mediática’ emergente*”.

A la acumulación de datos, que por abundantes son difíciles de manejar, la Iglesia aporta la sabiduría del discernimiento, para que los datos válidos permanezcan y se asuman. A los aspectos lúdicos y festivos, propios de los medios, la Iglesia les ofrece la alegría cristiana. A su vez, desea aprovechar los aportes positivos y propios de los medios para su actividad pastoral: La capacidad de anunciar el Evangelio en forma llana, encarnado en la situación y en la actualidad y anunciado con alegría de forma que llegue mejor y contagie a la gente. Al final, es de justicia reconocerlo, **la Iglesia se ha abierto cordialmente a la comunicación y a sus tecnologías.**

Esta presencia “pedagógica” resalta con fuerza en el mensaje del papa Juan Pablo II, emitido para la Jornada Mundial de las Comunicaciones de 1999, y cuyo título: “*Los MCS, presencia amiga para quien busca al Padre*” es sin duda uno de los mensajes pontificios más avanzados sobre el tema, cuya proyección es difícil medir... Los medios, dice el mensaje, se nutren de la noticia, que es efímera y pasajera; la Iglesia, les ofrece el peso de la “memoria histórica”.

En el decreto conciliar *Inter Mirifica*, se instituía la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales como un día dedicado a instruir a los fieles sobre sus obligaciones para con los MCS, a orar por ellos y a ayudarlos económicamente. Más allá de las contingencias que inspiraron la decisión, queda el hecho: la Iglesia en el Concilio, tal vez sin proponérselo explícitamente, iniciaba un “laboratorio” permanente que le ha permitido ser una presencia activa en el fenómeno de la comunicación medial.¹¹

Todos los años, el 24 de enero, fiesta de San Francisco de Sales, patrono de los periodistas y escritores, el Papa difunde un mensaje con el tema para la Jornada Mundial de las Comunicaciones. Desde 1967 hasta la actualidad, los mensajes en su conjunto constituyen un punto de referencia muy importante: ellos revelan que la Iglesia, superados los condicionamientos del pasado, se ha

¹⁰ Iglesia e Internet, N° 5.

¹¹ Inter Mirifica, N° 18 y N° 24.

convertido en una instancia dinámica, innovadora, y puntual para detectar problemas, insinuar soluciones e indicar derroteros a la comunicación social y a sus expresiones mediáticas.

APERTURA AL SIGLO XXI

Ya a las puertas del siglo XXI, en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el 4 de junio de 2000, el papa Juan Pablo II, haciendo alusión a la *Evangelii Nuntiandi*, decía a los periodistas: Lo que aquí se plantea acerca de las relaciones entre la Iglesia y la comunicación social, es válido para los que trabajan en los medios y también para todos aquellos que, de alguna manera, están llamados a comunicar el mensaje de la salvación y parto con una afirmación general: hoy la Iglesia posee una clara y profunda conciencia de lo que significa la comunicación en orden al cabal cumplimiento de su misión en el mundo. Ella ha nacido para comunicar el Evangelio a todos y en todo tiempo;¹² ése es el signo que la identifica y de faltar en eso ya no sería la Iglesia de Cristo. Hoy, esta conciencia, se ve apremiada por la irrupción de nuevas tecnologías -los Medios de Comunicación Social- que amplifican la comunicación a niveles planetarios.

Así mismo, hablando de los nuevos escenarios en que se mueve la sociedad actual, este papa identifica a los MCS como el “primer areópago” en el cual se gestan ideas, comportamientos y actitudes que van unificando el mundo y que han dado origen a la moderna cultura de la comunicación. Un dato nuevo que, al tiempo que le ofrece a la Iglesia nuevas posibilidades, le plantea desafíos inéditos y difíciles de sortear. Dichos desafíos, sin embargo, constituyen un acicate providencial que le recuerdan con fuerza su imperativo esencial que de ninguna manera puede eludir pues, ella es, por definición, una comunidad llamada a crear comunión a través de la comunicación... Eso precisamente explica y justifica su permanente preocupación por ir descubriendo, a través de los siglos, enfoques, lenguajes y canales adecuados para comunicar el Evangelio de salvación a todos los pueblos.

En la carta apostólica de enero de 2005 a los responsables de las comunicaciones sociales, Juan Pablo II les dice:

¹² Cfr. *Evangelii Nuntiandi*, N° 14.

*“El rápido desarrollo de las tecnologías en el campo de los medios de comunicación es seguramente uno de los signos del progreso de la sociedad actual. La Iglesia no está llamada solamente a usar los medios de comunicación para difundir el Evangelio sino, sobre todo hoy más que nunca, a integrar el mensaje de salvación en la “nueva cultura” que estos poderosos medios crean y amplifican. La Iglesia advierte que el uso de las técnicas y tecnologías de comunicación contemporáneas forman parte de su propia misión en el tercer milenio”.*¹³

Cuando se quiere dar un nuevo impulso a la acción evangelizadora de la Iglesia, el documento del Sínodo de los obispos del 2012 presenta las nuevas fronteras del escenario comunicativo:

*“(…) el sexto escenario de la evangelización, el escenario comunicativo, hoy ofrece enormes posibilidades y representa un gran desafío para la Iglesia... Al comienzo sólo era característico del mundo industrializado, hoy el escenario de un mundo globalizado puede influenciar también vastas porciones de los países en vía de desarrollo. No existe ningún lugar en el mundo que no pueda ser alcanzado, y por lo tanto, no caiga bajo el influjo de la cultura mediática y digital, que se impone cada vez más como el “lugar” de la vida pública y de la experiencia social. Basta pensar en el uso cada vez más difundido de la red informática”.*¹⁴ *“La percepción de nosotros mismos, de los otros y del mundo depende del influjo que tales tecnologías ejercen. Éstas y el espacio comunicativo por ellas generado han de ser considerados positivamente, sin prejuicios, como recursos, aunque con una mirada crítica y un uso inteligente y responsable”.*¹⁵

Nos movemos entonces en la era de los grandes adelantos científicos y tecnológicos; el ser humano está interconectado pero nunca como hoy ha experimentado a tal grado, la soledad, la incomunicación. La Iglesia se pregunta y nos pregunta: *“¿Será la audiencia del futuro una multitud de audiencias de una sola persona? La web del futuro, en lugar de ser una comunidad global, ¿podría convertirse en una vasta y fragmentada red de personas aisladas, abejas humanas en sus celdas, que interactúan con datos y*

¹³ Carta Apostólica de enero de 2005 a los responsables de las Comunicaciones Sociales, Nº.1 y Nº 2.

¹⁴ Documento del Sínodo de los obispos: “La Nueva Evangelización para la transmisión de la fe cristiana”, 2012, Nº 59.

¹⁵ Idem, Nº 60.

no directamente unos con otros? ¿Qué sería de la solidaridad, o qué sería del amor, en un mundo como éste?”.¹⁶

El 27 de julio de 2013, en medio del desarrollo de la Jornada Mundial de la Juventud, el Papa Francisco visitó una radio brasileña, Radio Catedral, la radio oficial de la Arquidiócesis de Río de Janeiro y habló por los micrófonos de la misma:

“Estoy mirando la radio y veo que es tan importante, hoy día, los medios de comunicación. Yo diría, una radio, una radio católica, hoy día es el púlpito más cercano que tenemos. Es donde podemos anunciar a través de la radio, los valores humanos, los valores religiosos, y sobre todo, anunciar a Jesucristo, al Señor. Darle al Señor esa gracia de darle sitio en nuestras cosas. Así que los saludo y agradezco todo el esfuerzo que hace esta arquidiócesis por tener una radio y por mantener una radio y con una red tan grande”.¹⁷

Ya antes, en un encuentro con los representantes de los medios de comunicación, en la Sala Pablo VI, en Roma, el sábado, 16 de marzo de 2013, había dicho:

“Tened la seguridad de que la Iglesia, por su parte, dedica una gran atención a vuestro precioso cometido; tenéis la capacidad de recoger y expresar las expectativas y exigencias de nuestro tiempo, de ofrecer los elementos para una lectura de la realidad. Vuestro trabajo requiere estudio, sensibilidad y experiencia, como en tantas otras profesiones, pero implica una atención especial respecto a la verdad, la bondad y la belleza; y esto nos hace particularmente cercanos, porque la Iglesia existe precisamente para comunicar esto: la Verdad, la Bondad y la Belleza «en persona». Debería quedar muy claro que todos estamos llamados, no a mostrarnos a nosotros mismos, sino a comunicar esta tríada existencial que conforman la verdad, la bondad y la belleza”.¹⁸

¹⁶ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. “Ética en las Comunicaciones Sociales”. Ciudad del Vaticano, 4 de junio del 2000, Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, Jubileo de los Periodistas, Nº 29.

¹⁷ Estudios de “Radio Catedral” de Río de Janeiro. Sábado, 27 de julio de 2013.

¹⁸ Papa Francisco a periodistas en Roma. Vaticano, 16 marzo de 2013.

EN SÍNTESIS

Un simple análisis cuantitativo muestra que la Iglesia ha tomado en serio la moderna comunicación y su presencia en los grandes temas debatidos hoy: el hombre, la mujer, la familia, la paz, los derechos humanos, la defensa de la vida, la solidaridad, la justicia social, la ecología, los niños, los jóvenes, los ancianos, la trata de personas, la migración, la publicidad, el consumismo... En todo momento la Iglesia reafirma los parámetros éticos que posibilitan una comunicación realmente humana y la defensa de la dignidad del hombre, sin olvidar su destino definitivo. Y esta actitud positiva, va estrechamente unida a la apasionada defensa de las culturas locales, que deben ser mantenidas y no absorbidas y volatilizadas, en el más vasto e imperante fenómeno de la globalización.

La Iglesia no puede renunciar a estar presente en una situación cultural marcada por el fenómeno de la comunicación de masas. Renunciar a esto, sería una falta de amor a Jesucristo redentor del hombre, y a la historia de salvación que Él ha iniciado. Si tenemos deseo de ofrecer lo más valioso que tenemos, no podemos ignorar los rasgos que configuran al mundo que nos toca vivir. Hubo una época en la que los hombres eran mayoritariamente analfabetos, y la Iglesia inventó el arte románico como medio para comunicar su mensaje. Entonces, el pueblo se educaba mediante la liturgia y el arte. La tradición cristiana ha sido siempre rica en signos y símbolos: la cruz, los iconos, el belén, las imágenes de la Virgen María, los vitrales y las pinturas de las iglesias... Una parte sustancial del patrimonio artístico de la humanidad ha sido realizado por artistas y músicos que han intentado expresar las verdades de la fe. Hoy el reto es para nosotras: debemos introducir el contenido del mensaje y de la experiencia cristiana, en el contexto de la comunicación global, del hipertexto, combinando palabra e imagen.

La capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos. En el ambiente digital, la palabra escrita se encuentra con frecuencia acompañada de imágenes y sonidos. Una comunicación eficaz, como las parábolas de Jesús, ha de estimular la imaginación y la sensibilidad afectiva de aquéllos a quienes queremos invitar a un encuentro con el misterio

del amor de Dios. Con el papa Francisco nos tenemos que preguntar: *“¿somos capaces, también en este campo, de llevar a Cristo, de llevar al encuentro de Cristo? ¿De caminar con el peregrino existencial como caminaba Jesús con aquellos de Emaús, enardeciéndoles el corazón, haciéndoles encontrar al Señor? ¿Somos capaces de comunicar el rostro de una Iglesia que es “casa” de todos?”*.¹⁹

EL IMPULSO EVANGELIZADOR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Juan Pablo II, al hablar de la “Nueva Evangelización”, afirmó que “debe ser nueva en el ardor, nueva en las expresiones, y nueva en el método”. Hacemos notar que, si bien esta indicación vale para toda forma de evangelización, lo es en primer lugar para la evangelización mediática que se define fundamentalmente por la “novedad”. Por paradójico que parezca, “lo nuevo” es la categoría que mejor la define.

Así lo hace ver Benedicto XVI cuando dice: *“En efecto, las nuevas tecnologías digitales están provocando hondas transformaciones en los modelos de comunicación y en las relaciones humanas. Estos cambios resaltan más aún entre los jóvenes que han crecido en estrecho contacto con estas nuevas técnicas de comunicación... Estas tecnologías son un verdadero don para la humanidad...”*.²⁰

Las nuevas posibilidades de anuncio del mensaje cristiano, no están ligadas sólo al uso multiplicador y amplificador de los MCS. El desafío es más profundo: se trata de comprender bien esta cultura para poderla evangelizar. La cristiandad primitiva supo realizar esa síntesis ya comenzada por San Pablo, asumiendo los desafíos y los riesgos ligados al encuentro del Evangelio con la cultura grecorromana. Son, en realidad, los mismos riesgos de la encarnación. Lo importante es entrar en esa cultura; vehicular, a través de ella, el Evangelio sin renunciar a la integridad de los contenidos y sin abdicar de un sano y vigilante sentido crítico, de un continuo discernimiento.

¹⁹ Discurso del papa Francisco a los 80 participantes de la Asamblea Plenaria del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. 23 de septiembre de 2013.

²⁰ Mensaje de Benedicto XVI para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. “Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad”. 24 de mayo de 2009.

El mensaje del 2010 de Benedicto XVI para la jornada mundial de las comunicaciones señalaba: *“La pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra nos ha lanzado en medio de un mundo nuevo, o por lo menos a una cultura que hasta hace poco aún se perfilaba como tal. Los medios de comunicación han generado un hombre con una forma de ser y de actuar muy concreta. Y es precisamente a este hombre al que deben ir dirigidos los esfuerzos de la evangelización”*.

El uso de los medios de comunicación a los que nos invitó Benedicto XVI, no son una cuestión de moda, o de quedarnos desfasados. Se trata más bien de la expresión de un impulso evangelizador que debe mover a todos los cristianos, y en especial a los consagrados a buscar los medios más adecuados para lograr que la Palabra llegue a todos los hombres, en todos los sitios y en una forma creativa.

El evangelizar la cultura mediática requiere antes que nada estar evangelizados y sentir como propias las necesidades de todos aquellos que navegan por la red.²¹ La evangelización de los medios, de la cultura digital, parte de un conocimiento adecuado de esta cultura. No es lo mismo dialogar en la red que dialogar cara a cara. No es lo mismo un mensaje impersonal que un gesto no verbal transmitido a través de una sonrisa, un asentimiento del rostro, una señal de asombro. Quien quiera evangelizar el mundo de la red debe ser consciente que se verá inmerso en una nueva cultura muy distinta a la cultura del mundo real. El estudio del fenómeno mediático, de la era digital deberá ser parte de su preparación antes de lanzarse a la evangelización de este medio. Los medios de comunicación social no hacen nada por sí mismos; son únicamente instrumentos, herramientas que la gente elige usar de uno u otro modo. Al reflexionar en los medios de comunicación social, debemos afrontar honradamente la cuestión más esencial que plantea el progreso tecnológico: Si, gracias a él, la persona humana *“se hace de veras mejor, es decir, más madura espiritualmente, más consciente de la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierta a los demás, particularmente a los más necesitados y a los más débiles, más disponible a dar y prestar ayuda a todos”*.²²

²¹ Discurso a la Curia Romana para el intercambio de felicitaciones navideñas. 21 diciembre de 2009.

²² Juan Pablo II, *Redemptor hominis*, N° 15.

La vida consagrada encuentra en la sociedad de la información y del conocimiento un nuevo “hábitat”, un nuevo modo de ser y estar en el mundo y en ese “hábitat” quiere situarse en los espacios fronterizos, liminales. Desde allí cada uno de los carismas puede hacer oír su profecía y servir proféticamente.

LA PRESENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL: ESCUCHA Y ACOGIDA DEL DRAMA HUMANO

A la hora de valorar y discernir el contenido de los medios y también de intervenir en ellos, es esencial poner en el centro las preguntas y los deseos del hombre, su necesidad de sentido dentro de cada una de sus relaciones y vivencias; esto debería ser objeto primordial de cualquier comunicación verdadera; como destacó el papa Francisco en una de sus homilías antes del Ángelus: “...el cristiano es uno que lleva dentro de sí un deseo grande, profundo: aquel de encontrarse con su Señor junto a sus hermanos, a los compañeros de camino. Y todo esto que Jesús nos dice se resume en un famoso dicho de Jesús: “Donde está tu tesoro, allí estará también tu corazón” (Lc 12,34).²³ Por lo tanto, **se trata de acompañar al hombre en su búsqueda de sentido, en su búsqueda de Dios.**

No hay duda, que una respuesta adecuada implica generar un nuevo discurso público, en el que se manifieste que la inteligencia de la fe se traduce en una inteligencia más amplia y profunda de la realidad. No podemos contentarnos con la denuncia de los males de la época, o con una apologética cuyos términos ya no son comprensibles para una amplia franja social. Es preciso mostrar la relevancia de la fe para afrontar los problemas del hombre de hoy, estando en medio del debate con simpatía y sin complejos. Y esto habrá que hacerlo aprovechando los medios propios y buscando espacio en los que no lo son, y en donde habremos de ganarnos ese espacio por el interés y la calidad de nuestra presencia. Responder con audacia al desafío de romper diques y trincheras, abrir relaciones, no dar nada por supuesto, abandonar tanto la prepotencia como los complejos.

²³ <http://es.radiovaticana.va/news/2013/08/11>.

Esto significará también el esfuerzo de formular el mensaje que queremos transmitir según la forma que los medios imponen; adaptar la forma no significa reducir ni trivializar el contenido del mensaje. Es perfectamente posible llevar a cabo esta adaptación en términos de tiempo, agenda informativa, formato, capacidad técnica... sin menoscabo de lo que pretendemos comunicar.

Para la mayoría de telespectadores, radioyentes, cinéfilos, melómanos, internautas... Los medios han asumido un protagonismo “educativo” absolutamente desproporcionado y lo han asumido por su propia capacidad de influencia, pero sobre todo, por el vacío que han dejado los ámbitos educativos prioritarios como la familia, la escuela, la Iglesia o las comunidades religiosas. Las personas se ven con frecuencia aisladas, privadas de vínculos fuertes que sean capaces de transmitir certezas y criterios, y en ese aislamiento y esa falta de “tradición”, los medios se convierten en la única ventana para asomarse a una realidad que cambia vertiginosamente. Son la única ventana y también la última palabra sobre la realidad. La respuesta a este problema no se puede esperar de los propios medios. Por supuesto, hay que reclamar la mayor pluralidad posible, aprender criterios, disponer de otras instancias de valor, que sometan a crítica la información y la opinión que nos llega a través de ellos.

En el campo religioso, por ejemplo, la mayor parte de los periodistas piensan saber qué es la fe y qué es la Iglesia y lo que piensan no les gusta demasiado, porque su imagen es completamente distorsionada. Los Medios tienen que reconocer y respetar el valor histórico y presente que la Iglesia significa, y ésta, tiene que aceptar que hay que jugar la partida en el campo de la comunicación social, con todos los riesgos y posibilidades que conlleva.

5. LA ORDEN DOMINICANA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Orden de Predicadores, que participa en la Iglesia de la vida Apostólica, debe estar siempre en acto de misión y situarse en las fronteras. La prioridad de las prioridades para la Orden es la predicación, dedicarse por entero a la evangelización de la Palabra de Dios. Para lograr esta finalidad ha reafirmado a lo largo de los últimos años cuatro prioridades, éstas no pueden separarse unas de otras, ni menos elegir una con desmedro de otras, al contrario, todas ellas se complementan, pues cada una responde, de distinta manera, a las más apremiantes necesidades de las gentes de hoy en lo concerniente a la predicación de la Palabra de Dios. Tampoco son una novedad, sino que pertenecen de lleno al carisma y a la tradición viva de la Orden: en la vida de Santo Domingo, en la vida de los hermanos del siglo XIII, en la de los hermanos del siglo XVI llegados a América Latina y al Extremo Oriente, en la época moderna... Las cuatro prioridades son ciertamente el fruto de la gracia de origen. Estas son:

- a) Catequesis en un mundo descristianizado.
- b) Evangelización en el contexto de las diversas culturas.
- c) La justicia y la paz.
- d) Comunicación humana a través de los medios de comunicación social.²⁴

Los medios de comunicación nos han revelado, con total evidencia, “el drama de nuestro tiempo”: la fractura entre la cultura humana y el mensaje evangélico, entre palabra humana y palabra de fe²⁵ pues estamos inmersos en un mundo en el que toda persona es comunicadora de vida o de muerte.

Los frailes dominicos saben esto y por ello, predicán la Palabra de Dios de todas las maneras posibles: liturgia, misiones parroquiales, retiros, conferencias ocasionales, discursos en congresos religiosos, predicación en la calle, enseñanza, escritura de libros; **a través del arte, especialmente cine, televisión, teatro, y aprovechan las ventajas ofrecidas por Internet y otros avances de la era digital**, sin sacrificar nunca el papel indispensable de

²⁴ <http://www.domingo.org.ar/itinerarios>.

²⁵ Evangelii Nuntiandi, N° 20.

presencia personal por el que la comunicación se convierte en verdadera comunión.²⁶

Nuestro mensaje, como todo mensaje, necesita un soporte: la voz, la escritura, la imagen. Y los medios de comunicación son tanto el altavoz, el ordenador, la radio, los periódicos como los medios audiovisuales: la televisión o el cine, medios que no cesan de multiplicarse, de perfeccionarse, al tiempo que se popularizan. Pero los medios masivos son mucho más que soportes, han conformado una nueva cultura, con un nuevo lenguaje. Si es evidente que para evangelizar los nuevos pueblos es indispensable aprender primero su lengua e iniciarse en su cultura, esta exigencia vale también, de la misma manera, para la nueva cultura de los medios de comunicación.²⁷ Cuando se trata de re-evangelizar, se trata sobre todo de evangelizar una nueva cultura. En particular los jóvenes, nacidos ya en esta cultura, son nuestros nuevos “cumanos”.

Además, ciertos medios de comunicación permiten llevar el mensaje evangélico a todos sin distinción de clase y alcanzar a aquellos y a aquellas que están lejos de la Iglesia. Para el predicador o para el teólogo, aprender este nuevo lenguaje a fin de comprender la nueva cultura, es multiplicar casi indefinidamente la eficacia de su labor. La situación es muy diferente según los distintos países o regiones y según los medios de comunicación.

Por consiguiente, la formación en el buen uso de los medios no es solamente una cuestión técnica. Cada uno ha formado su espíritu, su corazón y su juicio a través de las grandes obras de su propia cultura. Nosotros no podemos ignorar las obras maestras de la nueva cultura de los medios de comunicación. Como las demás, esta cultura crea para el hombre nuevos problemas éticos. Por ello es esencial formarnos en una aproximación crítica respecto de los medios de comunicación. Debido a la importancia de este tema, desde hace varios años los Capítulos Generales se han pronunciado frente a los MCS.²⁸

²⁶ <http://www.op.org/es/content/predicacion-dominicana>.

²⁷ Capítulo general de Quezon City, 28.5.

²⁸ Ya a las puertas del siglo XXI, en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el 4 de junio de 2000, el papa Juan Pablo II decía a los periodistas: “Lo que aquí se plantea acerca de las relaciones entre la Iglesia y la comunicación social, es válido para los que trabajan en los medios y también para todos aquellos que, de alguna manera, están llamados a comunicar el mensaje de la salvación y parto con una afirmación general: hoy la Iglesia posee una clara y profunda conciencia de lo que significa la comunicación en orden al cabal cumplimiento de su misión en el mundo. Ella ha nacido para comunicar el Evangelio a todos y en todo tiempo; ése es el signo que la identifica y de faltar en eso ya no sería la Iglesia de Cristo. Hoy, esta conciencia, se ve apremiada por la irrupción de nuevas tecnologías -los medios de comunicación social- que amplifican la

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EVANGELIZACIÓN

Para responder a la urgencia de la Evangelización, “animamos vivamente a los frailes a utilizar los medios escritos o electrónicos para anunciar el Evangelio; así serán portadores de esperanza”²⁹.

“(…) Solicitamos que los medios de comunicación sean un sostén y una participación en la acción pastoral indígena y en el campo, y que sean usados para llevar el Evangelio a los lugares a donde no podemos llegar de otra manera e invitamos a los hermanos a conceder una atención especial a los jóvenes, cuyo lenguaje es el de los medios de comunicación, a fin de llevarles el Evangelio y de hacerles descubrir la esperanza a través de ese lenguaje, el único que con frecuencia les resulta cercano. También a contribuir, a través de los medios de comunicación, en el trabajo de la inculturación, defendiendo las culturas y los valores de los pueblos amenazados.

Que a través de los medios de comunicación, los frailes ofrezcan ayuda a la educación, a la promoción y a la defensa de los derechos humanos. Que los medios de comunicación estén al servicio de todos y que sean así un signo profético del espíritu dominicano. Como lo señaló, el Capítulo de Oakland,³⁰ que la palabra de la PREDICACIÓN de hermanos y hermanas sea una palabra libre, consciente y convincente, portadora de una nueva visión”.

La evangelización, a través de los medios, no puede ser entendida por nosotros si no es comunitariamente. Por ello es necesaria una profunda colaboración en el interior de sus comunidades, con las hermanas y los laicos de la Familia Dominicana, y con las instancias concernientes de la Iglesia local.

LOS MCS EN LOS ÚLTIMOS CAPÍTULOOS DE LA ORDEN

De la presencia de la Orden en los grandes MCS se había expresado Fr. Carlos Aspiroz, anterior maestro General:

“(…) Los Frailes jóvenes... intentan responder a los retos de la misión, a través de nuevos ministerios y areópagos (en particular el que ofrecen los medios modernos de comunicación) ¡Son Frailes que pertenecen a una generación que ha traído

comunicación a niveles planetarios”. Nº 28-32; Walberberg, 17B 4; Roma, 255-268; Ávila, 72-11; Oakland, 58-61; 68.8; 100-103.

²⁹ Capítulo general de Oakland, 260.

³⁰ Capítulo general de Oakland, 68 8.3.

*consigo un enorme cambio cultura! Hoy somos testigos de los nuevos modos de predicar a través de Internet, video conferencias, blogs, foros, etc. No podemos dejar de sostener y promover estas nuevas iniciativas”.*³¹

En las actas del Capítulo General Electivo de la Orden, en el apartado que trata sobre el estudio, se reitera la importancia de los Medios en la predicación: *“Anteriores Capítulos Generales de la Orden han identificado la proclamación del Evangelio a través de varios medios tecnológicos de comunicación como una prioridad de la Orden.*³²

En este mismo capítulo, se invita a los frailes, en colaboración con otros miembros de la Familia Dominicana, al uso de los medios tecnológicos... para ampliar los límites de su apostolado educacional y alcanzar a aquellos que de otra forma no podrían beneficiarse. Además, se felicita a los hermanos, hermanas y laicos de la Orden que han desarrollado formas creativas e innovadoras de predicación, a través de Internet: retiros, educación a distancia, asesorías... y se recomienda que cada entidad de la Orden suministre oportunidades a los hermanos en formación para desarrollar sus habilidades en el uso responsable de la tecnología moderna y los dote para el desenvolvimiento del apostolado en los medios de comunicación.³³

Fr. Bruno Cadoré, Maestro General, en su informe al Capítulo de Definidores de Trogir, refiriéndose al amplio panorama que suponen los Medios, llega a hablar de un sexto continente, retomando esta expresión del pasado Sínodo de la Nueva Evangelización:

“En todas las provincias que he visitado, los frailes consideran que las nuevas redes de comunicación constituyen un gran desafío para nuestra predicación y que, más allá de los nuevos horizontes abiertos a la comunicación por este desarrollo técnico, se trata de un nuevo mundo (“sexto continente”) al que la Orden debe aprender a entrar para predicar en él. En realidad la Orden está ya haciéndolo, como lo testimonia por ejemplo el número de hermanos en las redes sociales, o también una u otra iniciativa más colectiva. ¿Cómo evitar que esto no individualice aún más la

³¹ De la relatio (informe) del Maestro Carlos Alfonso Azpiroz sobre el estado de la Orden. Hablando de la Vida Apostólica y la misión...

³² De las actas del Capítulo General Electivo de la Orden. Nº 122. Nº 123, Nº 137, Nº 138, Nº 37, Nº 56. Roma, del 1 al 21 de septiembre de 2010: AGG, 2001, Providence, 95-99 y 201; AGG, 2007, Bogotá, 111; AGG, 1984, Cracovia, 93-94.

³³ De las actas del Capítulo General Electivo de la Orden. Nº 122. Nº 123, Nº 137, Nº 138, Nº 37, Nº 56. Roma, del 1 al 21 de septiembre de 2010.

*predicación de cada uno? ¿Cómo llevar juntos una reflexión sobre los retos culturales y antropológicos de estas nuevas redes, para ejercer en ellas una real creatividad del encuentro apostólico?”.*³⁴

³⁴ De la Relatio del Maestro de la Orden, Fr Bruno Cadoré. Capítulo de Definidores de Trogir, Croacia. 22 de julio - 8 de agosto de 2013.

6. LA CONGREGACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Congregación, de manera reiterada ha llamado a la reflexión sobre los MCS y a tomar una postura ante ellos. Por esto, al hacer nuestra la consigna de Domingo de Guzmán *“Hablad a Dios y de Dios”* podemos pedir al Espíritu Santo, comunicador por excelencia, que nos ayude a entender cómo comunicar a Dios con los hombres y a los hombres con Dios y a éstos entre sí, a través de los maravillosos instrumentos de la comunicación social.

Más aún, la misión, en la Orden Dominicana es *“la entrega a la evangelización total de la Palabra de Dios”*. Para realizarla conforme al espíritu dominicano hemos de buscar continuamente los *“nuevos lugares de evangelización”* que hoy tienen un nombre: Los medios de Comunicación Social o nuevas plataformas de la comunicación.

Nuestra Congregación, como todo miembro en la Familia Dominicana, existe para el anuncio, para la predicación, para *“Hablar a Dios a menudo y a menudo hablar de Él”*.³⁵ Nuestra razón de ser es *“Llevar a donde quiera que seamos llamadas, el conocimiento de Jesucristo y de sus misterios”*.³⁶

Hna. Inés Mercedes Mejía Toro, superiora general (1979-1994), decía en su informe al 50º capítulo general: *“La historia que muchas hermanas continúan escribiendo hoy con igual sencillez y silenciosa convicción, proclama hasta la evidencia que siempre es “la hora” de la respuesta evangélica, y que el mundo de hoy, como el de siempre, es el lugar del apóstol, del testigo y del heraldo del Evangelio...”*

- *¿Cuáles son nuestros areópagos?*
- *¿Quiénes son nuestros “cumanos”?*
- *¿En dónde están las miserias de Sainville del cuarto siglo?”*.³⁷

Ya en 1998, en el 12º Consejo General Ampliado (CGA) de Cali, Colombia, en un análisis crítico de la situación del mundo se nos decía: *“Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la informática, engendran también nuevas*

³⁵ Cfr. Reglas Generales.

³⁶ Cfr. Reglamentos XXVII.

³⁷ Informe sobre la vida de la Congregación, Hna. Inés Mercedes Mejía, 1989-1994. Pág. 80.

*formas de analfabetismo... por consiguiente hemos de entrar con discernimiento en el mundo de la tecnología y de la comunicación”.*³⁸

Más adelante, en el 2002, reflexionando sobre nuestra misión en un mundo globalizado, el 14º CGA de Bangalore, India, fue objeto de intercambio *“la importancia de los medios de comunicación social, la necesidad de formarnos para su correcto uso y aprovecharlos en la proyección apostólica”.*³⁹

Avanzando en la búsqueda, en el 2004, en Tours, Francia, en el 52º Capítulo General se dio apertura a la página web de la Congregación y en el 53º Capítulo General, se nos pidió prestar especial atención a *“la formación y actualización en los medios de comunicación y en las nuevas tecnologías suscitando una actitud crítica frente a ellos y su adecuada utilización al servicio de la misión”.*⁴⁰

En el 2006, en el CGA de México, se vio que *“con la apertura de la página WEB, estamos invitadas a una mayor comunicación entre nosotras, con relación al mundo, a la misión y a nuestra propia vida en Congregación. La insistencia de Jesús de transmitir a los otros aquello que es esencial para iluminar su camino, nos ayuda a tomar en serio la tarea de comunicar, no solamente en la pantalla, sino también en el corazón de los diálogos...”.*⁴¹

En enero de 2008, en el CGA de Bucaramanga *“reconocemos el valor de los medios de comunicación para la misión, sin embargo constatamos abusos que lesionan la persona y la comunidad. Evaluaciones periódicas favorecerán el buen uso de ellos. Buscaremos los medios de formación y actualización, a la vez que el financiamiento comunitario de los mismos. El 16º Consejo General Ampliado, valora el trabajo de información a través de la página WEB de la Congregación y de las Provincias y agradece a las hermanas que prestan ese servicio”.*⁴²

En el 17º CGA de Cartagena, al hablar de apertura y formación ve que *“los medios de comunicación y las nuevas tecnologías reclaman también una*

³⁸ 12º Consejo General Ampliado. Cali. 1998. Pág. 19.

³⁹ 14º Consejo General Ampliado. Bangalore. 2002. Pág. 23.

⁴⁰ 53 Capítulo General. Tours. 2009. Pág.43.

⁴¹ XV CGA. México. 2006. Pág. 12.

⁴² XVI CGA. Año de la Tierra. Bucaramanga. Diciembre 2007-enero 2008. Pág. 7.

*formación, según los casos”.*⁴³ Además, en el apartado de Misión, insiste en que necesitamos *“incursionar en el mundo de las comunicaciones para anunciar a Jesucristo. Este es un nuevo continente a evangelizar, como lo dijo Benedicto XVI”.*⁴⁴

Últimamente, en el XVIII CGA de Cochabamba, continuando con la reflexión y las búsquedas de los últimos años, se nos invita a: *“Hacer una mejor y más amplia utilización de los medios de comunicación social a nivel de Congregación”.*⁴⁵ Propone sacar el mejor provecho posible de los MCS para la evangelización al interior de la Congregación... y sugiere un equipo de tres hermanas que trabaje colegiadamente y empiece a hacer la reflexión para presentar una propuesta al Capítulo General. Este proyecto es respuesta a esta solicitud del CGA.

Precisamente por la actitud de búsqueda sincera de la Congregación ante las nuevas tecnologías, sin olvidar, que si bien el mundo de los medios presenta grandes oportunidades, el mensaje deberá abrirse camino entre los otros innumerables mensajes que abundan en la red, muchos de ellos, no sólo indiferentes al Evangelio sino decididamente contrarios al mensaje de salvación. Desde luego, es necesario vivir con convicción la propia vocación y hacer una justa valoración de los medios de comunicación para transmitir el Evangelio como el acto de amor a través del cual Dios se revela y se expresa la respuesta de fe de la humanidad, generando un fecundo diálogo.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) proyectadas en todos los contextos de la Congregación, con una mirada crítica, son una posibilidad potencial para gestar acciones sociales y promover una educación desde una óptica evangélica. La población inmersa en los contextos culturales permeados por la cultura de las tecnologías, puede encontrar en los medios informáticos virtuales, posibilidades para configurar estilos propios de vivir de forma comprometida su relación con Dios. Las experiencias que ellos tienen de Dios, así como su fe, podrán compartirse desde las distintas formas de comunicación informática, haciendo de éstas, nuevos espacios para creer y ser.

⁴³ XVII CGA. Cartagena. 2011. Pág. 15.

⁴⁴ Idem. Pág. 30.

⁴⁵ XVIII C.G.A. Cochabamba. 2013.

Por consiguiente, una vez asegurado el impulso evangelizador, manifestación concreta de una vivencia serena y equilibrada de la propia consagración, es necesario una labor de permanente discernimiento para saber que vías escoger en la evangelización de los medios y a través de éstos. Son muchos los caminos que se ofrecen en este nuevo areópago: Sitios webs, blogs, imágenes, videos, animaciones, redes sociales... Una telaraña de opciones a veces infinita que se abre como vasto horizonte sin fin. Será necesario por tanto saber discernir con base en criterios humanos y evangélicos para no perderse y no quedar incluso atrapado en esta moderna era tecnológica.

7. CONCLUSIÓN

En conclusión, la integración en la sociedad de la información no es un mero *aggiornamento*; es asumir un nuevo paradigma a la hora de entender al ser humano, de anunciar a Jesucristo y de vivir hoy el carisma fundacional. Los últimos papas han tenido muy claro esto. Benedicto XVI afirmaba:

“Quisiera detenerme a considerar el desarrollo de las redes sociales digitales, que están contribuyendo a que surja una nueva «ágora», una plaza pública y abierta en la que las personas comparten ideas, informaciones, opiniones, y donde, además, nacen nuevas relaciones y formas de comunidad.

*Estos espacios, cuando se valorizan bien y de manera equilibrada, favorecen formas de diálogo y de debate que, llevadas a cabo con respeto, salvaguarda de la intimidad, responsabilidad e interés por la verdad, pueden reforzar los lazos de unidad entre las personas y promover eficazmente la armonía de la familia humana. El intercambio de información puede convertirse en verdadera comunicación, los contactos pueden transformarse en amistad, las conexiones pueden facilitar la comunión. Si las redes sociales están llamadas a actualizar esta gran potencialidad, las personas que participan en ellas deben esforzarse por ser auténticas, porque en estos espacios no se comparten tan solo ideas e informaciones, sino que, en última instancia, son ellas mismas el objeto de la comunicación”.*⁴⁶

Recordemos, la sociedad de la información y el conocimiento modifica nuestra comprensión de la identidad humana, nuestra forma de ser y estar en el mundo, en el espacio y en el tiempo, nuestra manera de vivir en misión.

Y el Papa Francisco en el tema para la Jornada Mundial de las Comunicaciones del 2014, insiste en *“La comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro”*⁴⁷ y destaca que el ser humano se expresa sobre todo mediante la capacidad de comunicar. En la comunicación y a través de ella podemos, de hecho, encontrar otras personas, nos expresamos a nosotros mismos, nuestro pensamiento, aquello en lo que creemos, cómo querríamos vivir y, quizá lo más importante, aprendemos a conocer a las personas con las que estamos llamados a vivir. Una comunicación semejante requiere honestidad, respeto recíproco y esfuerzo por aprender los unos de los otros; exige la capacidad de saber dialogar respetuosamente con las verdades de los otros. Efectivamente,

⁴⁶ Mensaje de Benedicto XVI para la 47 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. 2013.

⁴⁷ <http://www.pccs.va/index.php/es/giornate-mondiali-delle-comunicazioni-sociali-4/2014>.

a menudo lo que inicialmente parecía “diversidad” revela la riqueza de nuestra humanidad, y en el descubrimiento del otro encontramos también la verdad de nuestro ser.

En nuestra época se está desarrollando una nueva cultura, favorecida por la tecnología, y la comunicación es en un cierto sentido “amplificada” y “continua”. Por tanto, estamos llamados a *“hacer descubrir, también a través de los medios de comunicación social, además de en el encuentro personal, la belleza de todo lo que constituye el fundamento de nuestro camino y de nuestra vida, la belleza de la fe, la belleza del encuentro con Cristo”*.⁴⁸

La era de la globalización impone con fuerza que la comunicación pueda llegar hasta los más remotos lugares del mundo real, pero también *“a los ambientes creados por las nuevas tecnologías, a las redes sociales, para hacer visible una presencia... que escucha, dialoga, anima”*⁴⁹ de forma que nadie quede excluido.

⁴⁸ Discurso del papa Francisco a los participantes en la Asamblea Plenaria del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, 21 de septiembre de 2013.

⁴⁹ Idem.

8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

1. Biblia Latinoamericana.
2. Documentos del Concilio Vaticano II.
3. Pablo VI, Exhortación apostólica *Evangelii Nuntiandi*, 1975.
4. Mensajes papales sobre los medios de comunicación:
<http://www.pccs.va/index.php/es/> y
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/index_sp.htm.
5. Documentos de la Orden Dominicana: Capítulos del 2010 y del 2013.
6. Reglamentos de Sainville.
7. Documentos de la Congregación: Capítulos Generales, Consejos Generales Ampliados...
8. Artículo “Comunicación e Iglesia: un desafío permanente”. Benito Spoletini, <http://www.san-pablo.com.ar/vidapastoral/>.
9. Artículo “Ya no es posible el silencio”, Rincón y Equipo. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. FES Doc, Nº 4, 2007.
10. Ramírez, Socorro y Vieira Edgar, “Comunicación y colectividad para Colombia”, Policy Paper 18, Bogotá, Fescol.
11. Artículo “Los Medios de comunicación y las Nuevas tecnologías en la Educación”, Restán Martínez, José Luis. “Educadores cristianos”, Deleg. Episcopal de Enseñanza. Madrid. Curso 2012-13.
12. Peresson, Mario L., “La ‘Teología de la Acción’ como ámbito o línea de la acción (una aproximación)”, *Investigar en Teología*, 65.
13. Sánchez Griese, Germán, “El camino a seguir”. Catholicnet, 2010.
14. <http://www.es.catholic.net/religiosas>
15. <http://cidalc.op.org/cidalc/documents/1992-Mexico.pdf>
16. <http://www.vidareligiosa.es/index>.
17. <http://www.servicioskoinonia.org/relat/138.htm>, Iriarte, Gregorio.
18. <http://www.es.catholic.net/religiosas/803>.
19. <http://www.iglesiaviva.net/internacionales/3945-iglesia-y-comunicacion>.



**Documento elaborado por el equipo de MCS de la Congregación:
Hnas. María Leonor Charria, Gemma Morató, Jenny Patricia Obreque,
Gloria Eugenia Piedrahita y Emilce Rueda.**



**HNAS. DE LA CARIDAD
DOMINICAS DE LA PRESENTACIÓN
DE LA SANTÍSIMA VIRGEN**

CAPÍTULO GENERAL 2014 - LA GRANDE BRETÈCHE - TOURS - FRANCIA