

# LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN PARA VENEZUELA Y AMÉRICA LATINA

**Honegger Molina**

En el presente capítulo se examina la acción pastoral que proponen tanto el Documento N° 14 del Concilio Plenario de Venezuela como el Documento de Aparecida, los cuales de manera complementaria constituyen el proyecto de transformación de la realidad, que equivale a trazar tareas y quehaceres, de acuerdo al diagnóstico de la situación y el Plan de Dios surgido del discernimiento; todo ello con el propósito de esbozar las líneas pastorales principales que se trazan a partir de los documentos para evangelizar en el contexto venezolano desde una perspectiva latinoamericana. Cabe destacar que todo esto correspondería a la dimensión del “ACTUAR”.

Siguiendo con la metodología de los capítulos anteriores, se pretende examinar los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación en los documentos del Concilio Plenario de Venezuela y Aparecida. Se examinan todas las premisas comunicacionales que están en juego, tomando en consideración qué criterios de planificación están apoyando o negando los conceptos y tópicos presentes en los Documentos (de manera implícita o explícita); así como su agrupación en ejes teóricos que posibilitarán el análisis. En este sentido, el capítulo se divide en dos apartados:

- 1) *Una revisión de los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación en los documentos del Concilio Plenario de Venezuela y Aparecida, determinando los desafíos y orientaciones de acción pastoral más relevantes.*
- 2) *Una revisión de las líneas estratégicas de la pastoral de la comunicación del Concilio Plenario de Venezuela y el Documento de Aparecida, en la cual se pretende explicitar los principales núcleos de acción pastoral, agrupándolos en tres líneas de acción pastoral, a saber: a) “Potenciando las fortalezas internas”, donde se muestran los desafíos y orientaciones de la comunicación intraeclesial; b) “Incurción de la Iglesia en los Medios”, donde se da cuenta de los esfuerzos e iniciativas de la institución eclesiástica en los medios de comunicación social; c) “aportes éticos al nuevo contexto comunicacional”, donde se esbozan las propuestas de la Iglesia con respecto a la dimensión ética de la comunicación en sus aspectos teóricos y prácticos.*

## **Consideraciones Metodológicas**

Antes de pensar un intento de definición de las líneas estratégicas de la

pastoral de la comunicación del Concilio Plenario de Venezuela y el Documento de Aparecida, conviene tener en cuenta lo siguiente: a) *un conjunto de criterios para la revisión de los planes de pastoral de la comunicación*, lo cual constituye un intento de fijar orientaciones de carácter evaluativo y proyectivo; b) *un conjunto de campos de acción que deben ser considerados*, y han de servir como orientación en la articulación de los planteamientos de ambos documentos. Visto en detalle se tiene:

### **Presupuestos para la Revisión de Planes de Pastoral de la Comunicación**

Dentro de los presupuestos que han de considerarse para una revisión evaluativa y proyectiva de los planes de pastoral de la comunicación<sup>1</sup> se encuentran los siguientes:

- 1) La comunicación tiene que ser concebida y realizada no como un recurso optativo – y por lo tanto no puede reducirse a la tenencia o al uso de “medios” o identificarse con ellos – sino como dimensión imprescindible de la vida, la formación y la actividad productiva de todas las personas, y por lo mismo de los agentes pastorales en todos los campos.
- 2) Vislumbrar como prioridad la planificación, gestión y evaluación de los procesos comunicacionales en todos los ámbitos, tanto los de la comunicación interna o intraeclesial, como los de la comunicación externa o de la Iglesia hacia la sociedad y con el mundo. Habría que preguntarse sobre las incidencias reales y posibles de una planificación pastoral de la comunicación en términos de interculturalidad, de diálogo interreligioso y de diálogo con los no creyentes.
- 3) Concebir los medios de comunicación como espacios donde los pobres, los desposeídos, los excluidos en todos los aspectos, puedan hacer oír su voz y hacer ver sus rostros, expresar sus propias realidades y necesidades, desde sus situaciones sociales y culturales concretas.

### **Revisión de los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación**

Dentro de los puntos a considerar en un plan de pastoral de la comunicación se tienen los siguientes:

- 1) *Comunicación, evangelización y vivencia de la fe*: lo cual constituye la base de la misión pastoral de la Iglesia entendida como kerigma, enseñanza catequética, celebración litúrgica, espacios de profundización y procesos de acompañamiento.

---

<sup>1</sup> PÉREZ, G; “Pastoral de la Comunicación en América Latina”, En: “Comunicación, Misión y Desafíos. Manual de Comunicación para la Pastoral”, CELAM, Bogotá, 1997, pp. 233-257.

- 2) *Percepción crítica*: la formación de la conciencia crítica de los usuarios de los medios de comunicación mediante distintos tipos de experiencias, constitución de espacios sistemáticos y metodología de análisis de contenido de los mensajes.
- 3) *Producción y circulación de los mensajes en los medios de comunicación* a través de los medios propios de la Iglesia y las distintas formas de presencia evangelizadora en medios de comunicación no pertenecientes a la Iglesia.
- 4) *Comunicación participativa – alternativa, grupal y popular*: asumiendo una actitud crítica y radical frente a las estructuras de poder económico, político e ideológico presentes en los medios de comunicación de masas, en la búsqueda de nuevos modelos de comunicación posibilitadores de una real participación de la gente en procesos de información, opinión y expresión cultural.
- 5) *Formación y capacitación de comunicadores y agentes pastorales*: desde la formación cristiana-moral de los comunicadores, y la formación y capacitación en comunicación, tanto de profesionales en general como de agentes pastorales en particular.
- 6) *Investigación*: implica el uso reflexivo de los medios de comunicación, indagando a fondo acerca de la comunicación humana como tal, sus condiciones de posibilidad y sus implicaciones en relación con los procesos de evangelización centrados en la concepción y reconocimiento de las personas y de las comunidades como sujetos activos, y de las mediaciones sociales y culturales como factores imprescindibles a la hora de planear, gestionar y evaluar los procesos de comunicación.

### **Criterios de Planificación de la Pastoral de la Comunicación en los Documentos**

Los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación permiten analizar las líneas estratégicas, desafíos y orientaciones que derivan de los Documentos de la Vª Conferencia del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, así como del Concilio Plenario de Venezuela, referidos a la comunicación, con el objeto de rastrear su propuesta pastoral; Para ello se ubican los presupuestos, planteamientos, categorías y conceptos tanto del Documento de Aparecida como del Concilio Plenario de Venezuela que hacen referencia a áreas, campos y líneas de la comunicación específicas de la planificación de la pastoral de la comunicación.

### **Criterios de Pastoral de la Comunicación en el Concilio Plenario de Venezuela**

En el Concilio Plenario de Venezuela se presentan un conjunto de desafíos y se proponen un grupo de orientaciones pastorales que pueden resumirse de la siguiente manera: la constitución de una propuesta comunicacional fundada en un ética humanizadora, lo cual debería tener impacto en la responsabilidad social, la opinión pública, la libertad de expresión y el derecho a la información que se ejerce en y desde los Medios de Comunicación Social; la cualificación de la propuesta comunicacional de la Iglesia Católica, lo cual implica un mejor uso de los Medios de Comunicación y una más efectiva articulación de los medios propios de la

Iglesia, así como la formación de los agentes pastorales en temas de comunicación.

Examinando estos desafíos y orientaciones a la luz de los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación se tiene:

- 1) *Pastoral de los Medios de Comunicación Social y responsabilidad social* (PMC 106, 111-114), el cual hace referencia al criterio de planificación sobre la percepción crítica.
- 2) *Pastoral de los Medios de Comunicación Social y la opinión pública* (PMC 107, 115-121), el cual, de igual modo, atiende los criterios de percepción crítica e investigación.
- 3) *Pastoral de los Medios de Comunicación Social sobre la libertad de expresión y derecho a la información* (PMC 108, 122-128), el cual se encuadra dentro del criterio de la percepción crítica.
- 4) *El uso de los Medios de Comunicación Social y la Articulación de los medios propios de la Iglesia* (PMC 109, 129-138), el cual toma en consideración la comunicación, la evangelización y la vivencia de la fe; así como la importancia de la producción y circulación de los mensajes en los medios de comunicación, además, de la referencia al apoyo de experiencias de comunicación participativa.
- 5) *Formación de los agentes pastorales* (PMC 110, 139-147), lo cual encuadra a la perfección con el criterio de potenciar la formación y capacitación de comunicadores y agentes pastorales.

### **Criterios de Pastoral de la Comunicación en el Documento de Aparecida**

En el Documento de Aparecida, especialmente en su apartado N°10.3, se plantea de manera general como dos grandes desafíos: 1) la comunicación de los valores del Evangelio y la optimización y actualización de los medios eclesiales, lo cual puede sintetizarse en que se formule y se ejecute una auténtica política comunicacional en la que estén comprometidos todos los miembros de la Iglesia; 2) se desprenden dos orientaciones: a) la necesidad de formación de agentes de pastoral en los Medios de Comunicación Social, tomando en cuenta el nuevo contexto cultural; b) la conquista del continente digital, para el acompañamiento, evangelización e inclusión de los más desfavorecidos.<sup>2</sup>

Examinando estos desafíos y orientaciones a la luz de los criterios de planificación de la pastoral de la comunicación se tiene:

- 1) *Formación de agentes de pastoral en, desde y para los Medios de Comunicación Social*: (DA 486 a-i), lo cual se encuadra completamente con el criterio de planificación pastoral referido a la formación y capacitación de

---

<sup>2</sup>Cfr. PORRAS, B; “La transversalidad de la Comunicación en el Documento de Aparecida” en: “Testigos de Aparecida (Volumen II)”, CELAM, Bogotá, 2008, p.256.

comunicadores y agentes pastorales.

- 2) *Conquista del continente digital* (DA 487-488, 490), el cual comporta un doble aspecto: producción y circulación de mensajes en los medios de comunicación, y la incursión de la Iglesia en el contexto comunicacional actual, tomando en cuenta las posibilidades de investigación de estas nuevas realidades comunicacionales.

En síntesis, si se revisa la propuesta de pastoral de la comunicación tanto del Concilio Plenario de Venezuela como el Documento de Aparecida, se encontrará que en ambos documentos los enfoques predominantes provienen del área referida al “aporte de la Iglesia al mundo actual” con un claro aporte para la reflexión ética. Particularmente los temas más resaltados y presentados del Documento de Aparecida tienen que ver con la Conquista del continente digital, resaltando los conceptos de producción y circulación de los mensajes en los medios de comunicación, así como el papel de la investigación. Por su parte, los temas más resaltados y presentados en el documento sobre la “Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela tienen que ver con el uso de los Medios de Comunicación Social y la Articulación de los medios propios de la Iglesia, relacionados a conceptos tales como la comunicación, evangelización y vivencia de la fe; la producción y circulación de los mensajes en los medios de comunicación, y la comunicación participativa- alternativa, grupal y popular.

### **Revisión de las Líneas Estratégicas de la Pastoral de la Comunicación del Concilio Plenario de Venezuela y el Documento de Aparecida**

En el apartado anterior se ha procurado determinar cuáles son los criterios de planificación pastoral presentes en los Documentos, con el objeto de determinar cuán completas y abarcales son las propuestas de acción pastoral contenidas en los documentos. Un segundo paso consiste en agrupar todas estas temáticas en tres líneas fundamentales a) *Potenciar las fortalezas internas*, en la que se realiza una consideración sobre la formación, aplicación de políticas y articulación de medios de comunicación eclesiales; b) *Incursión Cualificada en los Medios no Eclesiales*, en la que se considera la penetración de la Iglesia en el ámbito comunicacional en términos de presencia, valoración del contexto, diálogo y aprovechamiento de nuevas tecnologías; c) *Para una ética del comunicador social*, en la que se plantean un conjunto de desafíos conducentes a una fundamentación cristiana de la ética en el ámbito comunicacional en términos de promoción de una propuesta ética humanizadora, un uso crítico de los medios y un pronunciamiento frente a las brechas comunicacionales de la nueva época tecnológica. Todo ello con el objeto de sopesar detenidamente las propuestas y esbozar las líneas socio- pastorales de la comunicación que ofrecen ambos documentos.

### **Líneas estratégicas de la pastoral de la comunicación del Concilio Plenario de**

## Venezuela y el Documento de Aparecida

En este apartado se pretende dar cuenta de las líneas estratégicas fundamentales de la Pastoral de la Comunicación tanto del Documento de Aparecida como del Concilio Plenario de Venezuela en lo que se refiere a la comunicación. Se tomarán en cuenta tres líneas fundamentales: a) *Potenciar las fortalezas internas*, en la que se realiza una consideración sobre la formación, aplicación de políticas y articulación de medios de comunicación eclesiales; b) *Incursión Cualificada en los Medios no Eclesiales*, en la que se considera la penetración de la Iglesia en el ámbito comunicacional en términos de presencia, valoración del contexto, diálogo y aprovechamiento de nuevas tecnologías; c) *Para una ética del comunicador social*, en la que se plantean un conjunto de desafíos conducentes a una fundamentación cristiana de la ética en el ámbito comunicacional en términos de promoción de una propuesta ética humanizadora, un uso crítico de los medios y un pronunciamiento frente a las brechas comunicacionales de la nueva época tecnológica.<sup>3</sup>

### a) **Línea Estratégica: Potenciar las Fortalezas Internas**

La comunicación al interior de la Iglesia implica un proyecto de plena comunión. En efecto, entre los miembros que viven la plena comunión de la Iglesia Católica debe existir una real comunicación, en primer lugar entre los pastores y fieles, así como también entre los fieles y entre sus diversas entidades y organizaciones de pastoral. La Iglesia debe tener una proyección ecuménica, ya que se pueden hacer junto con los cristianos con los que no se está en plena comunión, pidiendo perdón por la división y buscando caminos para el reencuentro.

Al examinar de manera simultánea tanto el Documento “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela, como el Documento Conclusivo de la Vª Conferencia General del Episcopado de América Latina y el Caribe se evidencia un conjunto de desafíos conducentes a potenciar las fortalezas internas en términos de formación, aplicación de políticas y articulación de medios de comunicación eclesiales. A continuación se consideran los siguientes elementos: a) Concientización sobre la importancia del hecho comunicacional en la pastoral; b) Acompañamiento en la formación comunicacional de los agentes pastorales; c) Diseño y aplicación de políticas comunicacionales más eficientes a nivel eclesial; d) Creación y optimización de los Medios de Comunicación Social de

---

<sup>3</sup> YSERN, J; “Pastoral de la Comunicación ¿Qué significa? ¿Qué abarca?”, En: “Comunicación, Misión y Desafíos. Manual de Comunicación para la Pastoral”, CELAM, Bogotá, 1997, pp. 266-268.

la Iglesia.<sup>4</sup>

En el caso del Documento de Aparecida se señala la importancia de promover la formación comunicacional en todos los agentes pastorales (DA 486 b), lo cual, para el Concilio Plenario de Venezuela implica la definición de una política comunicacional explícita (PMC 139). Esto sólo será posible si se concientiza sobre el valor de la comunicación en la pastoral eclesial (PMC 141). Para ello se sugiere que se faciliten espacios formativos (programas y planes) sobre Medios de Comunicación Social en los distintos grupos e instancias de Iglesia (PMC143-144). Vistos con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Concientizar que la comunicación no es un elemento sectorial sino un eje transversal a toda la pastoral de la Iglesia (PMC 141); b) Promover la formación profesional en la cultura de la comunicación de todos los agentes y creyentes (DA 486 b).

En el Documento de Aparecida la Iglesia latinoamericana se compromete a acompañar a los comunicadores y agentes de pastoral (DA 486). En el caso del Concilio Plenario de Venezuela en el Documento se asume el compromiso de formar a los agentes pastorales en los medios de comunicación, en el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y su percepción crítica (PMC 110). Tanto en uno como en otro documento hay una clara conciencia sobre la cualificación del sujeto eclesial como factor determinante en la nueva dinámica comunicacional. Visto con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Formar agentes de pastoral capaces de promover el ejercicio de la libertad de expresión apegada a la verdad y al respeto al otro (PMC 122); b) Facilitar la formación en materia comunicacional de seminaristas, religiosos, animadores laicos, ministros ordenados, destinando para ello espacios formales dentro de los planes de estudio y programas de formación (PMC 143 y 144); c) Ofrecer a los comunicadores sociales la posibilidad de una formación específica en temas de Iglesia (PMC 145); d) Formar comunicadores profesionales competentes y comprometidos (DA 486 d) prestando atención de igual modo a los propietarios, directores, programadores, periodistas y locutores (DA 486 c); e) Organizar en las escuelas de comunicación de las universidades católicas espacios formativos que tematizan la relación entre comunicación y evangelización (PMC 147); f) Favorecer en los pasantes de las escuelas de comunicación la oportunidad de ejercer sus prácticas profesionales en los medios de la Iglesia (PMC 142).

En este orden de ideas, tomando en cuenta el diseño y aplicación de políticas comunicacionales más eficientes a nivel eclesial, en el Documento de Aparecida se señala la necesidad de poner en marcha políticas más eficientes (DA 486 i). Por su

---

<sup>4</sup> MARTÍNEZ, J; "Planificación de la pastoral de la comunicación en una diócesis", febrero, 2011, disponible electrónicamente en: <http://josemartinezdetoda.wordpress.com/category/comunicacion-pastoral/>, consultado el 14 de agosto de 2014.

parte, el Documento N°14 del Concilio Plenario de Venezuela se orienta sobre la urgencia de potenciar la Pastoral de la Comunicación (PMC 129), lo cual implica hacer uso eficiente de los medios de comunicación social y la articulación de los medios propios de la Iglesia. Vistos con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Poner en marcha políticas comunicacionales para una pastoral más efectiva en este campo (DA 486 i); b) Definir en la política comunicacional de la Iglesia la formación y capacitación de los agentes pastorales (PMC 139); c) Potenciar una Pastoral de la Comunicación integral y de conjunto (PMC 129); d) Favorecer la interrelación y el intercambio de información, conocimientos y tecnología entre las instancias eclesiales (PMC 133); e) Coordinar las jornadas y campañas nacionales promovidas por la Iglesia católica en Venezuela (PMC 138).

Finalmente, en lo que respecta a la creación y optimización de los medios de Comunicación Social de la Iglesia en el Documento de Aparecida se manifiesta el deseo de crear y mejorar los Medios de Comunicación Social de la Iglesia (DA 486 d), lo cual se expresa en el Documentos sobre “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela en el compromiso de hacer un mejor y mayor uso de los Medios de Comunicación Social de la Iglesia (PMC 109). De manera más específica el Concilio Plenario Venezolano plantea la creación de medios concretos tales como: un circuito nacional de Medios de la Iglesia (PMC 134); un medio nacional impreso (PMC 134); así como la creación de una agencia de noticias (PMC 137). Vistos con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Apoyar y optimizar la creación de Medios de Comunicación Social de la Iglesia (DA 486d); b) Realizar un inventario de la plataforma comunicacional de que dispone la Iglesia católica en Venezuela tales como: radio, prensa, televisión, editoriales, etc (PMC 132); c) Constituir un gran circuito nacional entre las televisoras y estaciones de radio de la Iglesia, para producir un mayor impacto comunicacional evangelizador (PMC 134); d) Crear un medio nacional impreso que sea voz de la Iglesia a nivel formativo e informativo (PMC 135); e) Fundar una agencia comunicacional propia para dar información e insumos a los distintos Medios de Comunicación Social (PMC 137); f) Fortalecer los Secretariados Diocesanos de Comunicación Social (PMC131).

#### **b) Línea Estratégica: Incursión Cualificada en los Medios no Eclesiales**

La comunicación hacia afuera – diálogo con la sociedad: La Iglesia no sólo tiene que vivir la comunión con Dios y con los hermanos, sino que tiene que anunciarla a todos los hombres, invitándolos a vivirla. Es el anuncio del amor salvador. Todo ello a través del trabajo promocional, educacional, cultural, recreativo, defensa de la identidad, defensa de los derechos humanos, etc. Al examinar de manera simultánea tanto el Documento “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela, como el Documento



Conclusivo de la Vª Conferencia General del Episcopado de América Latina y el Caribe, se evidencia un conjunto de desafíos conducentes a la penetración de la Iglesia en el ámbito comunicacional en términos de presencia, valoración del contexto, diálogo y aprovechamiento de nuevas tecnologías. A continuación se consideran los siguientes elementos: a) Presencia Eclesial en los medios de comunicación social; b) Valoración del nuevo contexto comunicacional; c) Establecimiento de espacios de diálogo con actores clave de los medios de comunicación social; d) Aprovechamiento del potencial de los nuevos medios cibernéticos.

Ahora bien, ello implica la presencia eclesial en los medios de comunicación social, lo cual es otra de las exigencias que señala el Documento de Aparecida (DA 486 e), y que es recogida en diversos apartados del Documento de “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela, resaltando aspectos como: la necesidad de promover la difusión de valores humanos (PMC 114); dar a conocer las obras sociales y educativas de la Iglesia (PMC 116); participar y promover espacios para el debate público sobre temas de actualidad (PMC 119 y 124); así como tener presencia en medios alternativos (PMC 130). Vistos con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Estar presentes en los Medios de Comunicación Social (DA 486 e); b) Utilizar más los Medios de Comunicación Social oficiales o privados, así como los medios comunitarios o alternativos (PMC 130); c) Promover una auténtica política comunicacional de la Iglesia, a través de la designación de portavoces legítimos y competentes de la Iglesia que la representen, a nivel nacional y eclesial (PMC 118); d) Dar a conocer las obras sociales y educativas de la Iglesia católica en Venezuela (PMC 116).

Sin embargo, si no valora el nuevo contexto comunicacional por más buenas intenciones que existan la incursión no será exitosa. En este sentido, en el Documento de Aparecida se hace especial énfasis por conocer y valorar el nuevo contexto comunicacional (DA 486 a) que no aparece reflejado directamente en el Documento titulado “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela. En efecto, en Aparecida hay un reconocimiento a la nueva realidad comunicacional por su novedosa penetración y el vuelco que ha dado la tecnología en los últimos años.<sup>5</sup> Vistos con mayor detalle los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Conocer y valorar la nueva cultura de la comunicación (DA 486 a); b) Participar en el debate sobre temas de actualidad, para conocer las diversas opiniones y definir el sentir eclesial (PMC 119).

En atención a lo anterior, es necesario el establecimiento de espacios de

---

<sup>5</sup> Cfr. PORRAS, B; “La transversalidad de la Comunicación en el Documento de Aparecida” en: “Testigos de Aparecida (Volumen II)”, CELAM, Bogotá, 2008, pp.251.

diálogo con los actores claves de los medios de comunicación. En consecuencia, tanto en el Documento de Aparecida como en el Documento de “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela se considera necesario establecer un diálogo con los actores clave de la comunicación (DA 486 c y PMC 112); lo cual implica un encuentro con dueños y directivos de los medios (PMC 112), así como el diálogo permanente con los actores que generan opinión pública (PMC 117). Vistos con mayor detalle, los documentos ofrecen las siguientes orientaciones: a) Sostener un diálogo permanente con empresarios, comunicadores sociales, publicistas, productores, en foros donde se conforma la opinión pública (PMC 117); b) Fomentar encuentros con los dueños y directivos de los Medios de Comunicación Social donde se promoverán los valores de la persona humana, de la familia y la información objetiva y veraz, asimismo, animará a la elaboración de códigos de ética del sector de las comunicaciones (PMC 112); c) Promover la apertura de espacios donde tengan cabida el debate abierto, la crítica, la tolerancia y el pluralismo, exigiendo a los responsables de los Medios de Comunicación Social privados y públicos, que se abran a la participación a la que tienen derecho todos los ciudadanos (PMC 124).

Finalmente, un aspecto a considerar es el aprovechamiento del potencial de los nuevos medios cibernéticos, precisamente en el Documento de Aparecida insistentemente se señala que los nuevos medios cibernéticos representan un gran potencial para la evangelización (DA 487-488); el cual puede ser aprovechado creando redes y salas digitales en los centros eclesiales con criterios de inclusión social, así como del dar a conocer a los distintos agentes pastorales los espacios eclesiales existentes en el ciberespacio (DA 490); el Documento titulado: “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela propone la creación e intercambio entre los espacios web de la Iglesia, la participación en redes de comunicación (PMC 136) y una formación de los agentes pastorales en el uso de nuevas tecnologías (PMC 140). Vistos los documentos con detalle, los mismos ofrecen los siguientes escenarios: a) Incluir el uso de las nuevas tecnologías en todos los procesos de formación en materia comunicacional de los agentes pastorales (PMC 140); b) Promover la creación e intercambio de información entre los diversos portales web de las distintas instancias eclesiales, así como la participación de la Iglesia Venezolana en redes de comunicación latinoamericanas (PMC 136); c) Dar a conocer y poner al servicio de todos, las revistas, periódicos, sitios, portales y servicios online, con contenidos informativos y formativos, así como de orientación religiosa y social (DA 490); d) Crear puntos de red y salas digitales en los centros eclesiales que puedan estimular la inclusión y desarrollar nuevas iniciativas (DA 490).

**c) Línea Estratégica: Aportes éticos al nuevo contexto comunicacional**

Es necesaria la presencia activa en el desarrollo de una ética social y profesional en cuanto exigencia de las prácticas comunicacionales, como también la participación en procesos de discusión democrática y de toma de decisiones en torno a las políticas estatales y a la legislación de la comunicación. Ello se expresa en todo lo referente a los principios: reflexionar sobre los planteamientos de principios filosóficos, culturales, etc., y los principios que se plantean desde las diversas disciplinas a través de un enfoque teológico y antropológico cristiano. Referente a los comportamientos: se trata de la ética y la moral, donde la verdadera comunicación debe estimular y ayudar al crecimiento de la libertad de expresión más profunda y auténtica en el encuentro con los demás.

Al examinar de manera simultánea tanto el Documento “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela, como el Documento Conclusivo de la Vª Conferencia General del Episcopado de América Latina y el Caribe se evidencia un conjunto de desafíos conducentes a una fundamentación cristiana de la ética en el ámbito comunicacional en términos de promoción de una propuesta ética humanizadora, un uso crítico de los medios y un pronunciamiento frente a las brechas comunicacionales de la nueva época tecnológica. A continuación se consideran los siguientes elementos: a) Promoción de una ética comunicacional humanizadora; b) Uso crítico de los Medios de Comunicación Social; c) Defensa de los más vulnerables frente al influjo negativo y la exclusión de los Medios de Comunicación Social.<sup>6</sup>

En este sentido, se propone la promoción de una ética comunicacional humanizadora, ya que uno de los grandes desafíos del Documento “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela tiene que ver con la concientización de los actores del hecho comunicacional sobre su responsabilidad al servicio del bien común (PMC 106); la creación de una opinión pública que promueva la dignidad y libertad de la persona humana (PMC 107); la promoción de la libertad como un derecho humano y valor democrático (PMC 108).

El Concilio Plenario de Venezuela resulta muy prolijo en un conjunto de recomendaciones (PMC 113-128). Por esta razón, se considerarán de manera ordenada los siguientes elementos: 1) Pastoral de los Medios de Comunicación Social y responsabilidad social; 2) Pastoral de los Medios de Comunicación Social y la opinión pública; 3) Pastoral de los Medios de Comunicación Social sobre la libertad de expresión y derecho a la información. Visto en detalle se tiene: a) Promover principios básicos de convivencia como la

---

<sup>6</sup> YSERN, J; “Pastoral de la Comunicación ¿Qué significa? ¿Qué abarca?”, En: “Comunicación, Misión y Desafíos. Manual de Comunicación para la Pastoral”, CELAM, Bogotá, 1997, pp. 283.

tolerancia, el pluralismo, la crítica constructiva y el debate respetuoso por las ideas (PMC 114); b) Estimular el esfuerzo de los comunicadores sociales con reconocimientos especiales (PMC 113); c) Celebrar la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales promovidas por la Iglesia universal (PMC 120); d) Intervenir oportuna y valientemente para orientar las mentes y los corazones desde una visión ética y cristiana en temas como la familia, la escuela y los derechos humanos, defendiendo principios como la vida, la justicia y la libertad (PMC 115); e) Fomentar cambios en los paradigmas de los Medios de Comunicación Social para que tomen más en cuenta la dignidad de la persona y el bien común (PMC 123); f) Contribuir, junto con otras instituciones, a la defensa de la libertad de expresión y del derecho a la información como derechos fundamentales de la vida democrática (PMC 125); g) Estimular en sus instancias y centros educativos el valor de la libertad de expresión (PMC 126); h) Promover y defender el derecho a la libertad de expresión como un derecho humano fundamental (PMC 127); i) Llamar a la responsabilidad de la sociedad y del Estado para el justo desempeño de los Medios de Comunicación Social, denunciando los atropellos contra la libertad de expresión (PMC 128).

Por otra parte, un aspecto común de ambos documentos está reflejado en su interés en la formación para el uso crítico de los Medios de Comunicación Social (DA 486 f y g / PMC 111). Particularmente, el Concilio Plenario de Venezuela señala la necesidad de preparar a los agentes pastorales en percepción crítica de las informaciones (PMC 146). A continuación se especifica: a) Promover el uso adecuado de los Medios de Comunicación Social, formando usuarios críticos y responsables (PMC 111); b) Preparar a los agentes pastorales en la lectura y percepción crítica (PMC 146); c) Educar en la formación crítica en el uso de los medios (DA 486 f y g).

Finalmente, la defensa de los más vulnerables frente al influjo negativo y la exclusión de los medios de comunicación social ha sido una de las grandes preocupaciones de la Iglesia venezolana y latinoamericana. En efecto, en el caso del Documento de Aparecida, en consonancia con la reafirmación del compromiso de la opción preferencial por los más pobres y excluidos (DA 391-398), se expresa en el Apartado 10.3, concerniente a la Pastoral de los Medios de Comunicación, la voluntad de promover “una nueva cultura que proteja a los niños, jóvenes y a las personas más vulnerables, para que la comunicación no conculque los valores y, en cambio, cree criterios válidos de discernimiento” (DA 486 h). En Aparecida puede observarse una preocupación por el carácter excluyente y dañino que pueden tener los Medios de Comunicación. En el Documento sobre “La Pastoral de los Medios de Comunicación” del Concilio Plenario de Venezuela se señala la influencia negativa que pueden tener los medios sobre la sociedad, especialmente los jóvenes (PMC 25, 26, 28). En tal sentido, se recomienda: a) Promover una nueva cultura y leyes que protejan a los más vulnerables (DA 486 h). b) Promover el uso

adecuado de los medios desde la temprana edad (PMC 111).

En síntesis, habiendo mostrado las líneas pastorales para la comunicación, puede afirmarse que es posible integrar la acción comunicacional que se desprende del Concilio Plenario de Venezuela y del Documento de Aparecida, encontrando las siguientes líneas comunes en el trabajo socio-pastoral y evangelizador:

- 1) Potenciar las fortalezas internas de la pastoral de la comunicación, lo cual se traduce en: a) toma de conciencia sobre la importancia del hecho comunicacional en la pastoral; b) creación de espacios de acompañamiento en la formación comunicacional de los agentes pastorales; c) creación y optimización de los medios de comunicación social de la Iglesia; d) diseño y aplicación de políticas comunicacionales más eficientes a nivel eclesial.
- 2) *Incursionar cualificadamente en los medios de comunicación no eclesiales*, lo cual se traduce en: a) presencia como Iglesia en los medios de comunicación social; b) valoración del nuevo contexto comunicacional y aprovechando sus posibilidades y ventajas; 3) establecimiento de espacios de diálogo con actores claves de los medios de comunicación social; 4) aprovechamiento del potencial de los nuevos medios cibernéticos.
- 3) *Proponer una ética del comunicador social*, lo cual se reproduce en: a) promoción de una ética comunicacional humanizadora; b) uso crítico de los medios de comunicación social; c) defensa de los más vulnerables frente al influjo negativo y la exclusión de los medios de comunicación social.

## CONCLUSIONES GENERALES

### **1) Con relación al contexto socio-político y el marco eclesial en que acontecen el Concilio Plenario de Venezuela y la Vª Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe puede decirse lo siguiente:**

- a. El Concilio Plenario de Venezuela se mueve dentro de un contexto sociopolítico en el que la revolución bolivariana marca las reglas del juego, en un ambiente polarizado, híper-politizado y con el enfrentamiento ideológico, social y político entre visiones encontradas incluso en la misma definición de democracia. El marco eclesial en el que ocurre el Concilio tiene lugar *oficialmente* en un período histórico que va desde el 10 de julio de 1996 hasta el 07 de octubre el 2006, constituye un período histórico bisagra o de transición entre un modo de

hacer las cosas en el país a otro totalmente distinto, lo que significó una sacudida incluso para misma la Iglesia, fiel a su misión de realidad encarnada.

- b. La V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, o Conferencia de Aparecida (Brasil), se mueve en un contexto sociopolítico caracterizado por una crisis profunda de los significados de la vida social y el bien común; la constatación de diversas confusiones en la comprensión y uso de lo público; insuficiencia de elementos para una construcción de democracias sólidas en la región; crisis del modelo de desarrollo en muchos países latinoamericanos y caribeños; así como la necesidad de construcción de sociedades interculturales. El marco eclesial en el que ocurre la Vª Conferencia, inaugurada el 13 de mayo de 2007 y clausurada el 31 de mayo de 2007, la Iglesia latinoamericana busca salir de una crisis y debilitamiento de la fe cristiana, viéndose en la necesidad de revitalizarse, desde un encuentro personal y discipular con Jesucristo, para lo cual precisa de más formación y apertura a la misión.

**2) Con relación al modo de producción de los documentos puede decirse lo siguiente:**

- a. Tanto el Concilio Plenario de Venezuela como la Vª Conferencia General de Aparecida tomaron el método (Ver-Juzgar-Actuar), como modo de trabajo en continuidad con el Vaticano II y las primeras Conferencias Generales del Episcopado Latinoamericano; el cual, en sus tres momentos pretende realizar un análisis pastoral de la realidad (Ver), una iluminación teológica pastoral de la realidad (Juzgar) y la concreción de líneas de acción, orientaciones y normas pastorales (Actuar).
- b. En seis años el CPV produjo 16 Documentos que recogieron una larga reflexión bíblica, teológica y pastoral elaborada por distintos actores de la Iglesia (obispos, sacerdotes, religiosos, religiosas, laicos y expertos). Realizando un balance sobre la aplicación del método (Ver-Juzgar-Actuar), en cada uno de los Documentos Conciliares se puede decir que no todos tienen la misma consistencia metodológica y ello se debe a la naturaleza consensual de los textos y la participación de muchas personas en la elaboración de los mismos. Por otra parte, dichos documentos fueron discutidos en pocos días y en un ambiente de presión, por lo que no pueden exhibir la misma consecuencialidad lógica y terminológica de un texto elaborado por una sola persona y en condiciones ideales de estudio.
- c. Un elemento a resaltar de la Vª Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe es que los obispos vuelven al método (Ver-Juzgar- Actuar) de las anteriores Conferencias Generales de Medellín y Puebla. De hecho, hay una insistencia en el Documento de Aparecida en

reflejar esta continuidad tras el episodio de Santo Domingo y las ambigüedades de la fase preparatoria de la Conferencia, a propósito del polémico Documento de Participación.

**3) Con respecto al diagnóstico sobre la realidad latinoamericana y venezolana y la respuesta que el Concilio Plenario de Venezuela y Documento de Aparecida refleja en su propuesta de pastoral de la comunicación se concluye lo siguiente:**

- a. Ambos reconocen la existencia de un nuevo contexto comunicacional. En el caso de Aparecida se habla de una “gran cultura mediática” cimentada sobre una revolución tecnológica y sobre los nuevos procesos de globalización. En el caso del Concilio Plenario de Venezuela se tiene conciencia de estar en el contexto de una sociedad del conocimiento (o de la información), lo cual exige una presencia asumiendo un nuevo lenguaje.
- b. En los mismos, existe una clara conciencia de que los medios masivos están orientados por intereses particulares.
- c. En cada uno de los documentos se constata que los medios de comunicación pueden tener una influencia cultural negativa sobre la sociedad y las culturas.
- d. Tanto en Aparecida como en el Concilio Plenario de Venezuela existe un reconocimiento de las grandes posibilidades de los medios electrónicos siempre y cuando se use correctamente para la labor evangelizadora.
- e. Con respecto al número de medios de comunicación social con los que cuenta la Iglesia Latinoamericana, Aparecida es optimista. De igual manera, el Concilio Plenario de Venezuela sostiene que dispone de variados medios de comunicación con los que tiene presencia en la cultura mediática para realizar su labor evangelizadora.

**4) Con respecto a los juicios teológicos que aparecen en los Documentos se deriva lo siguiente:**

- a. En el Documento de Aparecida se afirma que la Iglesia debe realizar conversión pastoral que la lleve a asumir su contexto, lo cual pasa por reconocer sus lenguajes y tener presente el contexto histórico donde viven los cristianos. El Concilio Plenario de Venezuela la concibe como una Iglesia comunicadora, ya que su ideal está precisamente representado por su intento de evangelizar la cultura y dejarse evangelizar por ella desde una figura que permita comunicar valores fundamentales.
- b. Se reconoce la importancia de los medios de comunicación social en la tarea de la evangelización; ya que la Iglesia está obligada a hacerse sentir y transmitir su mensaje de evangelización en el nuevo tiempo comunicacional.
- c. En torno al ciberespacio y su impacto en la pastoral de la comunicación, en el caso del Documento de Aparecida se considera que Internet es una de las maravillas de la técnica moderna y dispone de un gran potencial para la evangelización y un avance en el seguimiento de Jesucristo, en tanto se

haga buen uso de ella desde la conciencia de sus fortalezas y debilidades. Como complemento de esta posición, el Concilio Plenario de Venezuela sostiene que Internet debe ser manejada con verdadera interactividad e inclusión social.

**5) Con respecto a la teorización teológico-pastoral que existe en el Concilio Plenario de Venezuela y el Documento de Aparecida sobre la pastoral de la comunicación se puede mencionar lo siguiente:**

- a. El mejor fundamentado teológicamente es el Documento del Concilio Plenario de Venezuela, centrado en aspectos trinitarios, cristológicos y particularmente eclesiológicos, así como en el desarrollo de aspectos pastorales de teología práctica ascendente. En consecuencia, hay elementos para hablar de una fundamentación teológica de la comunicación pero prevalece el enfoque de una teología de los medios. En el Documento de Aparecida no hay referencias claras, a no ser por su preocupación eclesial de apertura a las nuevas tecnologías, con claras referencias al magisterio sobre medios tecnológicos, de Benedicto XVI y el recientemente electo Papa Francisco.
- b. En todo caso, la propuesta de los documentos es congruente con una teología pastoral, cuya fundamentación reside en la enseñanza del Vaticano II, entendida como una teología que se encarga de la solución de la problemática contemporánea, continuamente emergente, siendo una teología que tiene como base la palabra de Dios y la fe de la Iglesia, pero que con la ayuda del Espíritu, escucha atentamente, discierne e interpreta de varios modos el tiempo actual para poder presentarla en forma adaptada. En consecuencia, los Documentos encarnan la propuesta de que fuera del mundo no hay salvación, y por ende una pastoral de la comunicación para la evangelización fuera del mundo contemporáneo y sus condiciones.

**6) Con respecto a las líneas pastorales para la comunicación que se desprende del Concilio Plenario de Venezuela y del Documento de Aparecida, se encontraron las siguientes líneas comunes en el trabajo socio-pastoral y evangelizador:**

- a. *Potenciamiento las fortalezas internas de la pastoral de la comunicación*, lo cual se traduce en: 1) toma de conciencia sobre la importancia del hecho comunicacional en la pastoral; 2) creación de espacios de acompañamiento en la formación comunicacional de los agentes pastorales; 3) creación y optimización de los medios de comunicación social de la Iglesia; 4) diseño y aplicación de políticas comunicacionales más eficientes a nivel eclesial.
- b. *Incursión cualificada en los medios de comunicación no eclesiales*, lo cual se traduce en: 1) presencia como Iglesia en los medios de comunicación social; 2) valoración del nuevo contexto comunicacional y aprovechando sus posibilidades y ventajas; 3) Establecimiento de espacios



de diálogo con actores clave de los medios de comunicación social; 4) Aprovechamiento del potencial de los nuevos medios cibernéticos.

- c. *Promoción de una ética del comunicador social*, lo cual se traduce en: 1) promoción de una ética comunicacional humanizadora; 2) uso crítico de los medios de comunicación social; 3) defensa de los más vulnerables frente al influjo negativo y la exclusión de los medios de comunicación social.