

## LA REFLEXIÓN SOBRE «COMUNICACIÓN Y RELIGIÓN» EN AMÉRICA LATINA

José Martínez Terrero S.J.

### Delimitación de conceptos

El primer problema que se encuentra al querer abordar el tema de la investigación sobre "Comunicación y Religión" es la elección de los términos que describen esta actividad para poder delimitar el campo lo más posible. He aquí los términos usados más frecuentemente:

-»*Comunicación Religiosa*»: Para abarcar no sólo la comunicación, que tenga que ver de alguna forma con la Iglesia Católica, sino la relacionada con iglesias y sectas protestantes, con las grandes religiones no cristianas (islamismo, hinduismo, etc.) y con el animismo de origen africano y amerindio.

Este término fue usado en el título de la revista «Research Trends in Religious Communication» del CSCC de Londres y en los títulos de sus números monográficos: «medios religiosos» (vol. 1, 1980, Nº 4), «imaginación cristiana» (vol. 3, 1982, Nº 3), «programación religiosa» (vol. 1983, Nº 3), «comunicador religioso» (vol. 7, 1986, Nº 3).

Ian Phelps ha titulado un folleto suyo «The Future of Religious Broadcasting» (Producer/Presenter Sound FM Leicester, 11pp., 1990 CSCC). Peter G. Horsfield tituló su libro «Religious Television: The American Experience». New York: Longman Inc. 1984 (CSCC).

-»*Comunicación Cristiana*»: Ian Phelps ha titulado otro folleto suyo «Cristian Radio Stations» (Producer/Presenter Sound FM Leicester, 20pp., 1989, CSCC).

- «*Comunicación de la Iglesia*»: Esta frase, según el contexto católico latinoamericano, delimita el discurso sólo a la Iglesia Católica.

- Otros autores han usado diferentes términos y circunloquios para querer expresar conceptos idénticos o afines. Porejemplo, «Televangelism and Religious Uses of Television» (Communication Research Trends, Vol II, 1991, Nº 1, CSCC). Asimismo «Radioevangelismo», «Iglesia Eléctrica»... Paul Soukup publicó un libro sobre «Communication and Theology» WACC/CSCC, London, 1991. Otro título similar es «Comunicación e Iglesia».

En este estudio se ha elegido la frase amplia «Comunicación y Religión». Otros futuros trabajos deberían precisar más el campo que se elija de investigación.

Otra forma de enfocar este problema de términos es cómo llamar a la comunicación no religiosa. A veces se utiliza el término «Comunicación Secular» con el único objetivo de diferenciarla de la comunicación de temática y procedencia religiosa. Aún en este caso, la frase «Comunicación Secular» tampoco satisface a todos, pues toda comunicación que busca la igualdad, el respeto y la unión de los interlocutores o de los emisores/Perceptores es cristiana en su sentido más profundo.

Hay que recordar que para muchos «Religión» se refiere solamente a los actos externos, ritos, ceremonias, signos, etc. Según ellos, el cristianismo no es una religión, sino una vivencia, una vida, una fe y una actitud ante la vida, que desemboca en obras acordes con el mensaje cristiano.

Por otra parte, el estudio de la Comunicación de la Iglesia no tiene por qué ser distinto de la comunicación secular o general. Es simplemente una parte de ésta, que estudia una temática específica.

Conviene primero delimitar el **campo de investigación** considerado aquí. Se puede referir en su sentido más estricto y preciso a aquella investigación que se centra en cómo la Iglesia Católica, a través de sus miembros (obispos, sacerdotes, religiosos/as, seculares) utiliza los medios de comunicación, propios o ajenos, para anunciar el Evangelio (en su mensaje explícito). Asimismo se refiere a cómo utilizan los medios las denominaciones protestantes (por lo tanto cristianas), y las religiones no cristianas, grandes o pequeñas, para promocionar sus respectivas religiones.

En un sentido más amplio se puede referir a todo tipo de investigación, que tiene como base estructural y fundamento operativo de alguna forma a la institución eclesiástica católica o a otras iglesias o religiones. En este sentido amplio estaría considerada cualquier investigación inclusive de temática no religiosa, que se origina en Universidades dependientes de la Iglesia o en Centros de Investigación de la Iglesia.

Asimismo puede considerarse la investigación realizada por personas vinculadas directamente a la institución eclesiástica: sacerdotes, religiosos/as, traten o no de temas relacionados con la religión.

El presente trabajo considera el tema en ambos sentidos, estricto y amplio. A veces, según se indicará oportunamente se refiere al sentido estricto, por ejemplo al hablar de los retos para el futuro. Así mismo se

usa el sentido amplio al analizar la investigación realizada por sacerdotes sobre temas religiosos o no religiosos. A veces usará el sentido más amplio, por ejemplo, para medir el aporte que hace la Iglesia (Iglesia o religiones) directa o indirectamente a la investigación en comunicación en América Latina a través de sus Universidades. Así ocurre en la primera parte del presente estudio.

El concepto «**investigación**» también puede entenderse de varias formas. En sentido general es todo tipo de reflexión y estudio, que aparece en libros y documentos, como fruto del trabajo individual o como resultado de seminarios, encuentros, congresos, etc. En sentido estricto se refiere a un trabajo metódico y disciplinado dentro de los cánones convencionales del quehacer académico. Aquí se toma la investigación en ambos sentidos. Por eso se tiene en consideración la realización de seminarios y encuentros, pues en ellos se suelen presentar estudios realizados o a veces culminan en documentos elaborados y redactados cuidadosamente. Una forma de medir el interés por la reflexión e investigación es el número de seminarios y encuentros que se celebran, pues en ellos ciertamente son ocasiones óptimas para reflexionar sobre temas de actualidad, que podrán derivar en estudios más concienzudos.

El tercer concepto que conviene aclarar es el de «**Iglesia**». Aquí no sólo se refiere a la institución como tal (con autoridades, representantes y leyes), sino en general al Pueblo de Dios, a todas las personas que se identifican como católicas, cristianas o simplemente religiosas.

## **I.- ENTIDADES DEPENDIENTES DE LA IGLESIA, INTERESADAS EN EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN.**

A continuación se mencionan algunos elementos que eventualmente pueden servir para una elaboración más sistemática de la situación actual de la investigación de la comunicación religiosa en América Latina.

Varias organizaciones e instituciones han sido particularmente activas en la reflexión sobre la comunicación religiosa. El **DECOS-CELAM** (Dep. de Comunicación Social del CELAM) lo ha sido en las dos últimas décadas (Ver un breve resumen en Comunicación Grupal Liberadora de J. Martínez Terrero, 1985). Entre sus publicaciones pueden mencionarse «Comunicación y Destino», «Teología de la Comunicación»...

Varias Conferencias Episcopales Nacionales han difundido documentos sobre la comunicación. He aquí algunos ejemplos, como

muestra: La Conferencia Nacional de los Obispos de Brasil (CNBB) siempre se ha preocupado por la Comunicación Social. En todos sus documentos hay uno o dos párrafos sobre el tema. En 1984, el Equipo de Reflexión del Sector Comunicación de la CNBB publicó una «Carta a los Comunicadores», en la que hacía una serie de consideraciones sobre la situación de la Comunicación Social en Brasil. Proponía, además acciones concretas de actuación para los profesionales y los agentes de la pastoral de la comunicación. En 1985 desarrolló un serio debate sobre el problema de la ética de la comunicación. En 1989 el tema de la Campaña de la Fraternidad fue: «Comunicación para la verdad y la paz». En aquel momento, la Conferencia de los Obispos hizo la opción de discutir ampliamente el proceso de comunicación, incluso dentro de la propia Iglesia. Varias regiones de la CNBB han discutido largamente la Comunicación Social en sus reuniones y encuentros.

Además de ser una promotora de la discusión y de la investigación sobre comunicación, la Iglesia del Brasil ha sido objeto también de investigación en el campo de la comunicación. Por ejemplo, Ralph Della Cava y Paula Monteiro. *O Verbo se Fez Imagem. Igreja e Comunicação Social no Brasil 1962-1989*. Petrópolis: Vozes, 1991, es el estudio más amplio sobre el asunto.

Asimismo la Conferencia Episcopal de Venezuela difundió su documento «Comunicación como Servicio».

Las Organizaciones Católicas Latinoamericanas de Comunicación Social (UNDA-AL, OCIC-AL, UCLAP) organizan reuniones internacionales, congresos, seminarios..., que generalmente desembocan en documentos, fruto de la reflexión de los participantes. Por ejemplo: El Documento de Embú, en Brasil en 1982. Asimismo la «Serie Latinoamericana de Comunicación», iniciada e impulsada por el CSCC; la revista «Comunicación -AL».

La UCBC (Unión Cristiana Brasileña de Comunicadores) ha trabajado mucho en la línea de la investigación de la Comunicación Social relacionada con la Iglesia. Ha publicado más de 15 libros sobre los temas de los 17 congresos, que han estudiado temas de comunicación siempre con una visión cristiana. La UCBC hace un trabajo de asesoría a la pastoral de la comunicación y promueve cursos de lectura crítica de la comunicación. Tiene varias publicaciones sobre tales temas. Realizó tres encuentros sobre «Comunicación y Teología» (las conclusiones están en «Comunicación, Teología y Liberación: La Comunicación y la Teología desde el punto de vista de la Liberación». Sao Paulo: Loyola, 1986). Para la Campaña de Fraternidad, la UCBC hizo una amplia labor de pastoral junto a la diócesis del Brasil para discutir y reflexionar sobre

la Comunicación Social. Para ello escribieron el folleto: «Uma semana com TV», Sao Paulo: Paulinas, 1989.

La **WACC-ALC** (World Association of Cristian Communicators, América Latina y el Caribe) tiene la revista «Media Development», que ha incluido con frecuencia artículos en español sobre la comunicación religiosa en América Latina.

**SERPAL** (Servicio Radiofónico para América Latina) publicó durante la década del 80 un Boletín Informativo, la publicación periódica de comunicación religiosa en América Latina que más tiempo ha durado. Desapareció con **SERPAL**. **PROA** pretende seguir la labor de **SERPAL**.

En América Latina hay unas 30 Facultades/Escuelas Universitarias de Comunicación Social, dependientes de la Iglesia. Las 14 Facultades/Escuelas Universitarias de jesuitas se reúnen anualmente para reflexionar sobre diversos aspectos del quehacer académico comunicacional. Dichas Facultades/Escuelas de la Iglesia tienen sus publicaciones periódicas especializadas en comunicación. He aquí algunos ejemplos:

La **Universidad Iberoamericana** publica «Umbral XXI», «Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales» y «Reporte Ocasional». Otras publicaciones son «Caldero». La investigación académica de México se ha encontrado por supuesto mayoritariamente en la UNAM, pero seguida por la UAM-X, UIA (Universidad Iberoamericana con su «Programa de investigación en Comunicación y Prácticas Sociales») e **ITESO**, las dos últimas de la Iglesia. (Raúl Fuentes Navarro, ALAIC 3, p. 26-27). La licenciatura en Comunicación se inició en 1960, la primera que se daba en América Latina. El programa de Master en Comunicación se inició en 1976, y también fue el primero en América Latina. El Consejo de Ciencia Nacional y Tecnología de México lo ha evaluado como «Programa Graduado de Excelencia». De los siete programas graduados que existen en México, este programa de la UIA ha sido el único en recibir ese honor. Pronto iniciará su programa de Doctorado en Comunicación Social, el primero en la América de habla hispana; en Brasil está la Universidad de Sao Paulo.

La **Universidad Pontificia Javeriana** tiene Master en Comunicación y publica la revista «Signo y Pensamiento».

La **Pontificia Universidade Catolica do Rio de Janeiro** tiene también Master en Comunicación.

La **Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)** tiene la revista «Temas de Comunicación». En la UCAB de Caracas se han hecho tesis valiosas como la de Correa-Cañizales sobre «Radio Fe y Alegría-Caracas». La base de datos de la Escuela tiene registradas todas las Tesis de Grado desde 1965. Esta base se donó al Centro Gumilla.

Asimismo en dichas Universidades de la Iglesia se eligen tópicos relacionados con la comunicación religiosa para la elaboración de tesis con más abundancia que otras universidades. Por ejemplo:

En 1972 se funda el «**Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín**», que aún continúa. Asimismo sus miembros publicaron varios libros. También publica los cuadernos «Comunicación de base». En 1982 este Centro se integra al **Centro Gumilla**, también en Caracas.

El Centro de Comunicación Educativa **La Cruzía** (Argentina), de los Hnos. de la Salle.

El «**Center for the study of Communication and Culture**» es un centro internacional, dependiente de los jesuitas, con sede en Londres. Tiene un Dep. de América Latina, España y Portugal (DALEP). Su actividad más importante ha sido la publicación de la revista «Communication Research Trends», que estudia el estado del arte de un tema determinado a nivel mundial, incluyendo también América Latina. (En 1991 estudió el televangelismo, con muchas referencias a América Latina). Desde 1992 se publica también en español como un «Número Extraordinario de la 'Revista de Ciencias de la Información' de la Universidad Complutense de Madrid en asociación con dicha universidad, añadiendo artículos de autores latinoamericanos y españoles sobre el estado del arte de dichos temas en América Latina y España.

También publica periódicamente «Research Trends in Religious Communication», actualmente en estado de relanzamiento. Ha estimulado la «Serie Latinoamericana de Comunicación», iniciada e impulsada por el CSCC y después patrocinada por las Organizaciones Católicas Latinoamericanas de Comunicación y WACC. Asimismo publica otros libros, que se refieren con frecuencia a la comunicación religiosa en América Latina.

### **Centro de Investigación No Dependientes de la Iglesia**

La Asociación Latinoamericana de Educación radiofónica (**ALER**) no es una asociación dependiente de la Iglesia Católica. Sin embargo, la mayor parte de sus miembros sí los son y, según su Declaración de Principios, se considera de inspiración cristiana. Ha colaborado en la publicación de numerosos libros sobre emisoras de la Iglesia, como «Radio Occidente» (Jeremiah O' Sullivan), y otros muchos.

El **IPAL** ha publicado algunos libros sobre la comunicación y la Iglesia. Además su Base de Datos considera este aspecto.

La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (**FELAFACS**), fue fundada e impulsada por su actual presidente, Joaquín Sánchez, S.J.

El Centro Evangélico Latinoamericano de Estudios Pastorales (CELEP) con sede principal en Costa Rica, ha hecho varias investigaciones valiosas sobre la Iglesia Electrónica.

Otros estudios y publicaciones han sido realizadas por individuos y por diversas instituciones, según aparecen en el Anexo: «La Comunicación Religiosa en América Latina: Bibliografía Parcial».

## II- ANALISIS

La década del 60 contempla el surgimiento de inquietudes, como la reunión en Sta. Inés (Lima) en 1966, que van alimentando posturas definidas de la Iglesia por la comunicación, por ejemplo, en el Documento de Medellín (1968). La década del 70 fue rica en varios aspectos, como el trabajo del DECOS, que entonces desarrolla un esfuerzo mayor que en la década del 80, considerando los documentos y reuniones convocadas por el DECOS. Estas bajaron en la década del 80, o no tuvieron la convocatoria de las de la década del 70.

Sin embargo, en la década del 80 se publican esfuerzos investigativos iniciados en la década del 70, como la «Serie Latinoamericana de Comunicación». Dicha serie representó una diversificación de intereses de indagación, una mayor extensión y profundización en líneas de investigación y un enfoque de apoyo a la comunicación popular y de opción preferencial por los pobres desde la perspectiva cristiana. En general se ve la perspectiva de la teología de la liberación en muchos de los libros y documentos de las dos últimas décadas.

### Propuesta de inventario y análisis

Se debería hacer un inventario de libros, documentos y revistas, que representen la reflexión sobre comunicación de la Iglesia Latinoamericana para sacar conclusiones en cuanto a los temas tratados y la metodología utilizada. Podría servir de orientación la realizada a nivel global mexicano, por Enrique Sánchez Ruiz y Carlos Fuentes Navarro (1988). (Boletín ALAIC, 3, p. 24).

He aquí algunos ejemplos de preguntas de interés con algunas hipótesis de respuestas:

1.- ¿Dónde se ha investigado más? ¿Quiénes lo han hecho?

2.- ¿Qué medios se estudia más? Así como en la investigación latinoamericana de comunicación, de características seculares, predomina el estudio sobre los medios masivos de comunicación, en cambio en la investigación de origen religioso, está muy presente el estudio de la comunicación popular y tipos afines de comunicación, como la

comunicación grupal, etc.

3.- ¿Qué temas están más presentes? Predomina el estudio de las políticas de comunicación, al calor del entusiasmo de la UNESCO (Reunión de San José de Costa Rica en 1976) y de gobiernos preocupados por la comunicación.

Se observa la importancia de lo cultural. La cultura se estudia como proceso de comunicación y/o producción del sentido en el nivel de las relaciones y los movimientos sociales. (Ver también Documento de Consulta de Santo Domingo). Podría examinarse también la lista de temas del Día de las Comunicaciones, señalados por el Papa, y su resonancia en AL).

Preocupa también el tema de la publicidad con varios estudios.

4.- ¿Qué temas están menos presentes? Los temas que menos se estudian son: el uso de la semiótica para el análisis de los mensajes, las nuevas tecnologías de información, la propia investigación, las relaciones entre comunicación/educación, en resumen, el análisis teórico-epistemológico de la «Ciencia de la Comunicación». En general se ha dejado de lado el objeto «Comunicación en sí mismo (ALAIC 3, p.3).

Los mismos sacerdotes investigadores se dedican al estudio del fenómeno de la comunicación en general, más que al estudio de la comunicación religiosa en particular. ¿Por qué? Por una parte parece positivo preocuparse más de lo de fuera que de lo de dentro de la Iglesia. Pero puede haber otras razones que expliquen el no darle la prioridad a la investigación de la comunicación explícitamente religiosa. Quizá perciben que es más grande la necesidad por mejorar la comunicación de la sociedad civil que la comunicación que dimana de la Iglesia. Asimismo, muchos de ellos son profesores de materias de comunicación no estrictamente religiosas, y su campo profesional no es el estrictamente religioso. Por fin, a veces se evita el estudio del fenómeno de la comunicación religiosa para no entrar en conflicto con autoridades de la Iglesia, debido a diferentes concepciones de Iglesia, evangelización, comunicación, etc.

Esto lleva a que haya grandes lagunas en la investigación de la comunicación religiosa. Por ejemplo, ni siquiera se sabe con exactitud cuántas emisoras y televisoras tiene la Iglesia de AL y las otras denominaciones religiosas. Los supuestamente mejor informados desconocen inclusive estadísticas a nivel nacional y mucho más latinoamericano. (Ver un intento estadístico en Martínez Terrero, 1991).

Asimismo se ha detectado el problema de una inadecuada interrelación entre la investigación en comunicación religiosa y los campos de la enseñanza en los seminarios y en el manejo de los medios

de la Iglesia.

5.- ¿Qué metodología es más frecuentemente utilizada?

6.- ¿Desde qué escuela de investigación se analizan los temas de comunicación-religión? En general desde la corriente más usada entre los investigadores latinoamericanos, es decir, la investigación crítica.

Los documentos de JESCOM (Quito 1, 2, JESCOM Nacionales, JESCOM internacional), marcan una línea de pensamiento importante en la Iglesia Latinoamericana.

Del análisis de las investigaciones realizadas en la Iglesia de América Latina se pueden destacar las siguientes características, unas positivas, otras negativas:

**1) Aspectos Positivos=** A comienzos de la década del 60 la preocupación por la comunicación en general, y más aún por la comunicación religiosa era poca. Sin embargo es mucha la incertidumbre que se ha reducido, durante las tres últimas décadas, sobre algunos aspectos comunicacionales de la Iglesia. Por todo ello es mucho el mérito de quienes, como iniciadores y en condiciones estructurales adversas, han podido producir algún acervo de conocimientos.

Así mismo se observa la tendencia a trabajar con seculares y aún agnósticos, y en general con cualquiera interesado genuinamente en realizar investigaciones con rigor académico, si se coincide con ellos en los planteamientos básicos de una comunicación al servicio de las mayorías.

**2) Aspectos Negativos=** La investigación de la comunicación religiosa en América Latina no ha comenzado siquiera a reflexionar sobre sí misma, a revisar sus logros y sus retos, y a articular sus condiciones e intenciones.

Tampoco se ha construido un conocimiento sistemático, que aspire a convertirse en ciencia. Esta es una tarea colectiva e histórica, es decir, está determinada por unas dinámicas generales siempre en proceso de continua transformación.

Además está constituida por prácticas aisladas y de francotiradores, sin que haya aún una comunidad académica de investigadores. Está en un proceso aún de iniciación. En la Asamblea de UNDA-AL y OCIC-AL de 1989 (?) en Quito se propuso la necesidad de relacionar entre sí a los investigadores de las Organizaciones Católicas Latinoamericanas de Comunicación en algún tipo de asociaciones para un trabajo más conjunto. En aquel momento se habló de algo ya existente a nivel mundial, pero en situación incipiente y precaria: la ACIESTI (Federación de Profesores e Investigadores de la Ciencia y las Técnicas de la Información). Se decidió asumir esa instancia para América Latina, en

vez de crear algo nuevo y distinto.

Es también múltiplemente marginal dentro de las investigaciones religiosas y teológica, dentro de las prioridades de evangelización de la Iglesia y dentro de las actividades de las Organizaciones Católica Latinoamericanas de Comunicación (UNDA-AL, UCLAP, UCIP). En casi todos los documentos producidos por estas últimas organizaciones se habla de la necesidad de investigación y estudio, pero en realidad eso lleva a poco. Esto es grave, pues el activismo es peligroso, si antes no ha habido una madura reflexión y estudio sobre el camino a recorrer.

Es ciertamente pobre en términos de los recursos asignados a ella. Es dispersa en términos temáticos y metodológicos. Es en general antiempirista.

Se choca con unas estructuras eclesiales, que tienen poco en cuenta los resultados de la reflexión e investigación, según afloran en documentos de organizaciones y encuentros y en libros de expertos. Hay un primer gran fallo: la reflexión/investigación no ha llegado a convencer aún a los líderes de la Iglesia de la trascendencia del fenómeno mediático. En tiempos pasados se cayó en la cuenta del aspecto «Justicia» y surgió la conciencia social (dejando atrás la conciencia mágica e ingenua) en la «Opción preferencial por los pobres», proclamada por los Obispos en Medellín y Puebla. Uno quisiera que creciera la conciencia mediática y el concepto de comunicación como servicio a todo nivel (incluyendo a la Iglesia) y no como instrumento de dominación e imposición comercial, ideológica, política y religiosa. En este sentido se parece a la investigación secular: se sacan conclusiones, que después se quedan muertas en las tesis de grado y en los libros, con menos repercusión de lo que se desearía.

Este surgir de la conciencia mediática o comunicacional en la sociedad y en la Iglesia ¿Vendrá por presión de la gente de la calle o por el trabajo de los investigadores?

Se ha hecho poco por estudiar la relación Comunicación- Teología. Se ha estudiado algo la llamada «Teología de la Comunicación» (como algo anecdótico), pero no sobre las implicaciones mutuas y a todo nivel entre el fenómeno comunicacional, como signo de los tiempos, y la Teología. Si Puebla dice «Evangelización es Comunicación», ¿Se puede hablar de Teología de la Comunicación, es decir de la Evangelización? La Teología de la Comunicación, como la «Teología de la Liberación», no puede ser solamente un apoyo benévolo al esfuerzo del hombre por superar las injusticias, una de las cuales es la incomunicación y ausencia de recursos informativos. La Teología de la Comunicación debería ser una determinada forma de relacionarse, una filosofía de Dios.

**Causas de los aspectos negativos:** Los siguientes factores han podido impedir el crecimiento de la investigación en comunicación religiosa: el impacto de la crisis económica, que ha afectado gravemente a las universidades públicas y a los académicos, en su mayor parte adscritos a ellas; el impacto de la escasez de vocaciones sacerdotales y religiosas, que ha afectado gravemente las estructuras eclesásticas, donde podría darse tal investigación; la insistencia vaticana en una línea determinada de pensamiento, y la apatía de los Superiores religiosos y diocesanos para destinar más personal a este campo; finalmente ha habido una crisis de la investigación de la comunicación en general en América Latina durante la década del 80 (simbolizada en la crisis del ALAIC).

### ¿Investigación sesgada?

Las investigaciones sobre comunicación en América Latina han llevado siempre la marca de la preparación académica de los propios investigadores y de la realidad social, que los rodeaba.

En la década del 60 fueron hechas por los estudiosos de las Ciencias Humanas (historiadores, abogados, filósofos y sociólogos). Después fue hecha por científicos sociales (sociólogos, psicólogos, antropólogos, economistas, politólogos, lingüistas, educadores...) y por comunicadores sociales (periodistas, publicistas, cineastas...). En algunos países la dictadura militar generó como reacción la investigación-denuncia y la investigación para la acción, orientadas a superar el militarismo y restablecer la democracia. Es evidente por otra parte en la investigación de comunicación en países del Tercer Mundo (ALAIC 3, p.31). Simultáneamente el mayor caudal de investigación se produce en las empresas privadas de comunicación (diarios, televisoras, agencias de propaganda y relaciones públicas) o del gobierno (asesorías de prensa o de comunicación institucional), debido a intereses comerciales y políticos respectivamente. Cada uno de los tipos de investigación descritos venía marcado por las diversas áreas desde la que se investigaba.

La investigación de la Iglesia ha venido a añadir a esta variedad de puntos de partida el hecho de que muchos de sus investigadores han estudiado la carrera sacerdotal, que incluye filosofía y teología, y han tenido la preparación humana y ascética fuerte. ¿Qué influjo ha tenido tal preparación en las investigaciones realizadas por ellos? Algunos temen que, debido a su punto de partida, se halle en ellas cierta dosis de dogmatismo. Pero de hecho, ¿se percibe dogmatismo en sus planteamientos? Ciertamente se nota la influencia de la formación escolástica en tales investigaciones, pero de acuerdo a la aceptación que

han tenido en el ambiente académico investigativo de América Latina, ello no ha supuesto ninguna barrera o suspicacia. Por otra parte, ¿Quién se considera libre de todo prejuicio, presupuesto, creencia o ideología o de algún tipo de religión o pseudoreligión? ¿Quién es realmente neutro a todo ello?

Hay además otro dilema: ¿El hecho de que el investigador sea militante político hará cambiar su neutralidad y objetividad a la hora de hacer investigación? Aunque en realidad, ¿Puede alguien pretender no ser político? Existe un dilema similar entre el investigador y el sacerdote, militante de una fe y una misión. ¿El hecho de ser sacerdote condiciona en algo su labor investigativa? Este problema roza con el de la ciencia y fe.

### III.- RETOS PARA EL FUTURO

Lo importante es precisar el futuro. La investigación debe tener en cuenta las necesidades reales de la comunicación en la Iglesia de América Latina. He aquí las que se prestan más a su estudio/investigación. (Están tomadas de «Necesidades Comunicacionales más sentidas en la Iglesia Latinoamericana: Sondeo para una búsqueda de soluciones», estudio llevado adelante por el «Center for the Study of Communication and Culture» -CSCC- Londres).

#### **1.- Aplicación de los resultados de las investigaciones seculares a los problemas comunicacionales de la Iglesia.**

Hoy se pide aplicar los resultados de la investigación secular a la problemática más urgente de la Iglesia en el área de la comunicación.

Pero antes hay un debate entre los que defienden que la investigación tiene que ser pura, libre, básica, de laboratorio, no atada a la aplicabilidad, algo así como la investigación científica; otros se encargarían de hacer las aplicaciones de la ciencia a la tecnología. En cambio, hay otros que quieren investigaciones aplicadas, orientadas a la acción, a la práctica, a la solución de los problemas; por eso invocan, por ejemplo, la investigación participativa.

Las urgencias y necesidades apremiantes comunicacionales en América Latina nos obliga a preferir la investigación aplicada.

Las firmas comunicacionales comerciales y las oficinas gubernamentales de comunicación suelen tener equipos de investigadores, que hacen investigación directa o tratan de aplicar resultados de investigaciones ya realizadas a los casos particulares de su firma u

oficina. Por ejemplo, el periódico «The Sun» de Londres vendió 3.599.557 ejemplares el 30 de mayo de 1992, un día promedio de ventas, pero cuenta con un equipo de investigadores, que comprende psicólogos, sociólogos, etc.

Aquí se presenta un problema crucial: ¿Cómo debería ser la aplicación de la investigación en comunicación a los problemas comunicacionales de la Iglesia? Ella no es una firma comercial ni una entidad política. Habría que analizar y precisar en qué forma debería hacerse tal aplicación al caso de la Iglesia.

Hay un pesimismo a la hora de investigar la comunicación religiosa o de intentar su aplicación: ¿De qué sirve sacar determinadas conclusiones, si después no cuadran con el pensamiento y ciertas prácticas conservadoras de la Iglesia? Inevitablemente hay concepciones equivocadas, difíciles de eliminar, ligadas con la teología. Vg. hay un paralelismo entre publicidad y propaganda (= Manipulación) religiosa, entre estilo de vida impuesto por políticos, comerciantes y religión a juro. Por otra parte la Iglesia debe dejar a las ideas y al espíritu que triunfen por sí mismas. Tampoco en la sociedad civil se pueden aplicar los resultados de investigaciones, como uno deseara. Hay una gran variedad de opiniones y de movimientos dentro de la Iglesia. Los resultados de una investigación serán como la semilla de la Parábola del Sembrador: es difícil saber cuáles germinarán y qué fruto producirá.

- ¿Qué aplicaciones tiene la teoría de las mediaciones de Jesús Martín Barbero para la Iglesia? Según la práctica ordinaria de la Iglesia, ¿Qué es de hecho más importante para la Iglesia, los medios o las mediaciones? ¿Cuáles deben ser, según las teorías comunicacionales más modernas? ¿Qué debe ser más importante como objeto de estudio?

- Un ejemplo de intento de aplicación es «Research Trends in Religious Communication», que aparecía junto a la revista «Communication Research Trends» del CSCC-Londres.

**2.- ¿Cuál debe ser el aporte de los medios de la iglesia a los problemas y necesidades más graves de la sociedad civil?** Una de ellas es que nuestras sociedades tienen democracias «formales» débiles y en crisis. Se requiere un fortalecimiento de la sociedad civil para encontrar mecanismos que controlen la corrupción, hagan desaparecer la delincuencia sin delincuentes, purifiquen el sistema judicial, asuma un modelo de desarrollo que satisfaga las necesidades básicas de la mayoría... Se necesitan políticos responsables. ¿Cómo puede la Iglesia a través de sus propios medios y de otros colaborar en el fortalecimiento de la sociedad civil?

**3.- ¿Qué es preferible: usar espacios de emisoras comerciales y estatales ya existentes o montar emisoras propias de la Iglesia? ¿Vale la pena aprovechar ahora las oportunidades de montar nuevas emisoras de AM y FM, especialmente en América Latina? Más tarde será más difícil, por haberse llenado el spectrum de frecuencias.**

**4.- Las sectas son una preocupación para la Iglesia Católica. ¿A qué se debe el éxito de las sectas en América Latina y en otras partes del mundo (vg. en Inglaterra). ¿Qué elementos se pueden aprovechar de su experiencia y metodología? ¿Cómo hacer una Pastoral Global que enfrente este problema? ¿Cómo puede ayudar la comunicación a esta pastoral? (la experiencia y metodología de la comunicación grupal...) - En el área comunicacional está el Televangelismo y el Radioevangelismo, especialmente en países como Brasil, Guatemala, Ecuador...**

**5.- Elaboración de Manuales para la formación en comunicación de seminaristas, religiosos/as, agentes de pastoral.**

**6.- Las prácticas comunicacionales de la Iglesia en el nuevo modelo neoliberal de América Latina.**

**7.- La «Nueva Evangelización y la «Evangelización de la cultura» dentro del proyecto cultural moderno. La nueva cultura del nuevo modelo neoliberal.**

**8.- Comunicación y Teología.** La moderna tecnología de la comunicación es un fenómeno vital en la sociedad moderna, y por lo tanto para la Iglesia de hoy ¿Qué implicaciones teológicas tiene? Se ha celebrado seminarios internacionales en Cavaletti, Roma, en Dayton (EE.UU), y se están preparando en otros sitios. Una creciente literatura está tratando este tema.

**9.- Comunicación y Religión.** El fenómeno religioso tiene raíces muy profundas y manifestaciones variadas cristianas y no cristianas. ¿Cómo establecer una relación enriquecedora entre comunicación y religión? ¿Cómo solucionar los problemas que surgen entre comunicación y religión? Hay publicidad que utiliza elementos religiosos. Hay películas que son parábolas. Algunos medios han tomado el puesto de la Iglesia, al tratar de definir la verdad y los valores. Algunos tienen miedo de que la Iglesia eche mano de este «Cuarto Poder?»

**10.- Institucionalización de la comunicación popular y alternativa.**

A pesar de las iniciativas y preocupaciones exitosas de líderes de la Iglesia para fomentar la comunicación (grupal, etc.) de las comunidades eclesiales de base y de los sectores populares, por ser al menos «la voz de los sin voz» y por apoyar la comunicación de los más necesitados, sin embargo existen pocos Centros en esta línea institucionalmente ligados a la Iglesia. La voz del pueblo no se deja oír. Hay pocos medios populares a su alcance. (Temas relacionados: el derecho a la comunicación, comunicación y justicia)

**11.- Presencia de la Iglesia en el mundo académico de la comunicación,** en universidades, centros de investigación de la comunicación, y en general entre los comunicadores y estudiosos de la comunicación, acompañándoles, colaborando con ello y dándoles ánimo en sus esfuerzos por una mejor comunicación, dando testimonio de su interés por ellos ayudándoles a interrelacionarse entre sí. En octubre de 1992 aparecerá el primer «Número Extraordinario de la Revista de las Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid», publicado en asociación con el Centro CSCC de Londres. En él aparecerán traducidos al castellano algunos de los números de la Revista de este Centro CSCC «Communication Research Trends», añadiendo artículos de autores españoles y latinoamericanos sobre cada uno de los temas. Ese «Número Extraordinario» llegará a 250 Facultades de Comunicación y Centros de Investigación de España, América Latina y Portugal. Es una aportación a la comunidad universitaria de parte de un centro de estudios, ligado a la Iglesia.

**12.- Discernimiento** dentro de la Iglesia para establecer prioridades en el área de la comunicación.

**13.- Estudios comparativos y la relación de los investigadores latinoamericanos de comunicación religiosa con los de otras partes del mundo.** El saber qué se hace en otros sitios traerá beneficios mutuos. Por ejemplo, ODISUR (Oficina de Información de los Obispos del Sur de España) en colaboración con la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, hace análisis mensuales de los contenidos religiosos en 13 diarios con edición andaluza. Sus resultados son enviados inmediatamente a los Obispos y otros líderes religiosos de la zona. Para ello utilizan el método «INFOPREN», válido para cualquier temática no religiosa, con archivo de datos, que utiliza un programa

informático para PC DBase III Plus de 25 campos y una anchura que oscila entre 1 y 117 espacios. (Para los interesados, dispongo de una descripción más detallada de esta actividad, de la que se pueden sacar fotocopias. Esta es también la dirección: Dr. Guillermo Raigón, ODISUR, Apto 4.153, 41.080 Sevilla, España. Tel. 34-5-422.4808; Fax 34-5-422.8442). ACIESTI (Association Catholique Internationale des Enseignants dans les Sciences et Techniques de l' Information) podría ser uno de los canales para este intercambio. (Su dirección: Secrétariat UCIP, Case Postale 197, 1211 Genève 20, Suisse; Fax 41.22.7331051)



# EL VENEZOLANO

CARACAS: SABADO 31 de MAYO de 1823.

N.º 111

«Nada peligrosa libertad con que quitamos servitium.—Mas quiero una libertad peligrosa que una esclavitud tranquila.»

1823

## Sobre la guerra.

Todo lo que se dice hasta ahora comprende la escuela de nuestra revolución de nosotros en la lengua de Marabú, en número de 17 lenguas entre las que se cuentan a los heros. El capitán de la Guardia Nacional de la República que acaba de llegar a la Guaira lo asegura, asegura que a su llegada ya no estaban nuestros lenguas en los Tapanes, lo que hace inferir que debían estar en el lago.

El coronel Torvelas tambien lo avisa. Este comandante asegura de que en los Pozos habia un fuerte columna entera que se retiró, se lo dijo; pero antes quiso hacer un reconocimiento sobre la Yela, del cual resultó sorpresivo al momento y hacerle conocer a más de la lengua de la Guaira en la Laguna; y que la escuadrilla estaba fundada en punta de Palmos.

Atendido el buen equipo de la expedición de los valerosos Beluche y Pafillo, y la robustez que deben imprimir sus intrépidos comandantes, se será necesario esperar que destruyan las lenguas salidas del estanco y sepan el valor de la lengua y de todos los recursos que sostienen a

sostener el sistema de la tiranía, ha podido haberlos dar un paso atrás en vuestra empresa. Vuestros padecimientos anteriores deben haceros apreciar más y más vuestra actual situación; no temáis perderla; el ejército es nuestro escudo; nuestro comandante general desea sacrificarse por vosotros.

Soldados: Venezuela confía en vuestro valor, vuestra constancia y vuestra firmeza; con ella está vuestra gratitud comprometida; desde que rompisteis en Carabobo vuestras cadenas nada os ha faltado; su reposo, su dicha y su fortuna todo lo ha puesto en vuestras manos.

Soldados: El ángel de la victoria preside vuestras marchas. Cuartel general en Valencia a 15 de Mayo de 1823—13.

JOSEF ANTONIO PARR.

Vicente Sarria, y Lic. Josef Santiago — Cereceros todos de sus respectivos nombramientos, se ha instalado la junta el 25 del corriente, y se eligieron para secretario al Sr. Lic. Santiago, para tesorero al Sr. Navas Spinola, y para orador al Sr. Paul, quedando Sr. Lic. y Sr. Sr. Lic. y Sr. Bello encargados de precursores y proponer el local más oportuno y adecuado para el establecimiento de la escuela. Desde ahora se pone en marcha de todos los padres de familia de Caracas este establecimiento público, por el cual verán los rápidos progresos que harán sus hijos en las primeras nociones de la civilización humana, compartiendoles al propio tiempo ideas exactas de la dignidad del hombre y las más conculmas a los gobiernos libres. Se avisará oportunamente el día de la instalación de la escuela pública con se espera que concurren todos los padres de familia que

CARACAS.