

# Ætatis Novæ

**El Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales dio a conocer la Instrucción Pastoral *Ætatis Novæ*, en el marco del vigésimo aniversario de *Communio et Progressio*. CUADERNOS DE INFORMACIÓN presenta el siguiente comentario del pbtro. Luis Eugenio Silva acerca de este nuevo documento eclesiástico que se preocupa y da lineamientos sobre los medios de comunicación.**

La Santa Sede ha entregado tres documentos trascendentes acerca de los medios de comunicación: *Inter Mirifica*, del Concilio Vaticano II (1963); *Communio et Progressio* (1983), del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, y *Ætatis Novæ* (1992), también Instrucción Pastoral del mismo Consejo.

A estos documentos Mayores, se debe agregar las Jornadas Mundiales de Comunicación Social, iniciadas en 1967, que anualmente iluminan este quehacer.

*Ætatis Novæ* es un documento maciso. Una introducción y cinco partes, más una conclusión, son seguidos de un anexo que es un planteo de un posible Plan Pastoral de Comunicaciones. En 33 números, que es como la Santa Sede entrega sus documentos, se encierra el pensamiento católico acerca de las comunicaciones sociales. Sus partes-temas son: I Contexto de las comunicaciones; II Tarea de las comunicaciones; III Retos actuales; IV Prioridades pastorales y medios de respuesta; y V Necesidad de una planificación pastoral.

Nos parece que el Contexto (N<sup>os</sup>. 4-5) y Retos actuales (N<sup>os</sup>. 12-15) son los que más pueden interesar a los comunicadores y a los estudiosos del tema.

El documento pone de relieve que el impacto de los medios

de comunicación social se siente hoy en las actitudes religiosas y morales, los sistemas políticos y sociales, y la educación. Esto quiere decir que todas las formas de la cultura son informadas por los medios. Por ello, la Iglesia desea reflexionar sobre este impacto. Recogiendo lo ya dicho en los documentos anteriores, busca ahora aplicar su doctrina en el contexto nuevo.

La sociedad de la información y la tecnología han entrado de lleno en la preocupación pastoral de la Iglesia, que ha captado que ésta están transformando la faz de la tierra. Así lo intuyeron los Padres del Concilio Vaticano II y así lo ve hoy la Iglesia. En esta transformación, el laicado ha de jugar un rol preponderante, puesto que a él le corresponde la *Consecratio Mundi*, cumpliendo así el plan de Dios. Especial gratitud muestra *Ætatis Novæ* con los eclesiásticos que se dedican al apostolado capital.

Todo el documento está permeado de la visión clásica ética. Esto es particularmente importante hoy, ya que se difunde cada vez más una mentalidad que al negar los fundamentos metafísicos, ha transformado a la ética en una «ciencia del consenso», en una clara perspectiva sociológica.

Los cambios que se han producido en las comunicaciones son más que una revolución técnica. Es una «completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo

**P. LUIS EUGENIO SILVA**



que le rodea y que la percepción verifica y expresa». Sus consecuencias son positivas y negativas a la vez sobre el desarrollo psicológico, social y moral de las personas; las estructuras y el funcionamiento de las sociedades; el intercambio de una cultura con otra; la percepción y la transmisión de los valores, las ideas del mundo, las ideologías y las convicciones religiosas (Nº 4).

Para la Iglesia esto es capital, pues se puede recurrir a los medios, tanto para proclamar el Evangelio como para alejarlo del corazón del hombre.

Los medios pesan, a la vez, sobre los modos y los contenidos del pensamiento. Así, pueden cambiar al ser humano y hacerlo ver una «realidad» falsa, ficticia o parcial. Aquí se plantea también el problema de dar voz a quien no la tiene en el mundo de las comunicaciones que crea noticias, no siempre seguras y ciertas.

El recto empleo de los medios implica el respeto del orden moral objetivo cristiano.

Otro tema es el contexto político económico de los medios.

Se afirma que las estructuras económicas de las naciones dependen de los sistemas de comunicaciones contemporáneas. Por lo general, el Estado invierte en infraestructuras eficaces de comunicaciones. Como esto cuesta, el Estado tiene políticas de aumento de la concurrencia. Esto ha llevado, en muchas partes, a políticas comunicacionales sin normativas o de pura privatización.

116 Es tan mala la manipulación ideológica como la comercialización no reglamentada éticamente. Por lo general se evalúa el éxito en función del beneficio y no del servicio. El beneficio y los intereses de los anunciadores, que muchas veces prefieren la popularidad a la calidad. Los anunciantes, muchas veces crean necesidades artificiales.

La presión comercial se ejerce, a veces, en perjuicio de pueblos y culturas. La multinacionalidad de las empresas lleva a buscar nuevos mercados a cualquier precio.

La solución a tan alto número de problemas no reside en un control del Estado sobre los medios de Comunicación, «sino en una reglamentación más importante, conforme a las normas del servicio público, así como a una responsabilidad pública mayor» (Nº 5).

Establecida la necesidad de un orden moral, el documento expresa que los medios de comunicación social están al servicio de las personas y de las culturas, así como para el diálogo con el mundo actual. En esto último se insiste para que la Iglesia adapte sus formas de evangelización a las formas legítimas modernas. El Cristianismo tiene necesidad imperiosa de hacerse escuchar hoy mediante los medios. Así como los medios han de

servir a la humanidad para progresar, han de servir a la Iglesia para que crezca en su comunión y en las formas de la Nueva Evangelización.

El Mensaje Cristiano debe estar integrado en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna.

Revisten una singular importancia los números dedicados a la Evaluación crítica (Nº 12); Solidaridad y desarrollo integral (Nº 13); Política y estructuras (Nº 14); Defensa del derecho a la información y a las comunicaciones (Nº 15).

Los medios han de defender las culturas humanas. Sabiendo de situaciones en diversos lugares y queriendo defender derechos, la Iglesia puede incitar a promover otros medios de comunicación. En el campo de la evangelización y de la catequesis, deberá tomar medidas tendientes a favorecer medios de comunicación populares y otras formas tradicionales de expresión, teniendo en cuenta que en otras sociedades pueden ser más eficaces para la difusión del Evangelio que los medios más modernos.

Aquí, la Iglesia jerarquiza objetivamente su preocupación y misión esencial y la pone por encima de la tecnología. Se ve así la preocupación pastoral esencial del documento, que no sucumbe ante los avances tecnológicos.

En síntesis, estamos ante un documento doctrinario y pastoral de Catolicismo que, reconociendo la ambigüedad en el uso de los medios, tiene a éstos en sí mismos como un don de Dios, pues, según los designios de Éste, unen fraternalmente a los hombres para que colaboren con su voluntad salvadora. Se advierte aquí una clara aprobación de los medios, mirados con suspicacia en décadas anteriores.

«Así como el Espíritu ayudó a los antiguos profetas a descifrar el plan de Dios a través de los signos de un tiempo, hoy ayuda a la Iglesia a interpretar los signos de nuestro tiempo y a realizar su misión profética que conlleva el estudio, la evaluación y el recto uso de las tecnologías y medios de comunicación, que han llegado a ser fundamentales» (Nº 22).

En el anexo (Nºs. 23-33) de mayor interés para los eclesiásticos y laicos que trabajen con la Iglesia en comunicaciones sociales, se dan directivas para un plan de pastoral de comunicaciones, de diócesis, conferencias episcopales y sínodos patriarcales. Tanto la fase de investigación como la programación son estudiadas en este Anexo.

Sin duda, un avance de importancia se da en este documento que firma Monseñor John P. Foley, Presidente del Consejo para las Comunicaciones Sociales de la Santa Sede. ▀

El autor es Licenciado en Historia, Licenciado en Historia Eclesiástica y profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica.