

**V CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE**

REUNIONES PREPARATORIAS

DEL PROCESO DE

COMUNICACION DE LA VCG

**OFICINA DE PRENSA
CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO**



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

REUNIONES PREPARATORIAS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN DE LA VCG

**OFICINA DE PRENSA
CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO**

El proceso de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

INTRODUCCION

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

La Conferencia de la V Conferencia General del Eclesiología latinoamericana y del Caribe comenzó formalmente el 28 de octubre de 2005 con la inauguración realizada por el Papa Benedicto XVI. Desde su llegada al continente se establecieron los temas de los encuentros: «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro», «El camino de la Iglesia hacia el futuro».

El proceso de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe comenzó formalmente en el 14 de octubre de 2005 con la convocatoria realizada por el Papa Benedicto XVI. Pero su preparación remota ya venía encaminada en sus distintas vertientes desde el momento en que el recordado Papa Juan Pablo II comunicó a la directiva del CELAM su deseo que este tipo de encuentros se siguiera realizando, “mantenete la vostra forma” – dijo-.

El Departamento de Comunicación del CELAM, dirigido por el P. David Gutiérrez, tomó previsiones para la preparación de todos los aspectos comunicacionales del evento, tomando como base la experiencia de las conferencias anteriores, especialmente la IV Conferencia de Santo Domingo, donde quedó un informe que documentó aspectos relevantes del trabajo de comunicación y prensa.

En este sentido se realizó en marzo del 2005 un primer encuentro para comenzar a proyectar un posible ciclo comunicacional de la nueva conferencia general. Participaron personas que estuvieron el proceso de la IV Conferencia General, los actuales responsables del Departamento de Comunicación, y comunicadores de algunos países que contribuyeron con su experiencia a esbozar las primeras líneas de trabajo.

Considerando el momento comunicacional en el que se debía realizar la Conferencia General, sobre todo por la emergencia de nuevas tecnologías, y considerando la importancia de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL), se realizó en la sede del Centro Guadalupe, en Santa Fe, Argentina, una reunión para vislumbrar los posibles mecanismos informáticos que sería necesario implementar para garantizar operatividad interna, y también mecanismos de interacción que permitieran en todas las fases de la Conferencia General una participación lo más amplia posible tanto de los Obispos como de los demás miembros de la Iglesia.

Una decisión importante tomada por la directiva del CELAM fue la de fortalecer la Oficina de Prensa de la Institución, la cual cumpliría también las funciones de prensa de la Conferencia General convocada. Por eso el proceso que siguió fue dirigido por el nuevo Director de la Oficina de Prensa que es quien suscribe este informe. También se realizó la convocatoria que definió que la Conferencia General se realizaría en Aparecida, Brasil, en mayo del 2007.

El proceso que se siguió fue el de construcción colectiva, es decir, convocar a reuniones diversas a quienes tendrían de una u otra forma protagonismo en los procesos de la V Conferencia. Para nuestra institución los aliados más importantes eran las Conferencias Episcopales en sus órganos de comunicación y prensa. En tal sentido se programó una primera reunión en el propio Santuario de Aparecida con expertos de comunicación, con responsables de Oficinas de Prensa de Conferencias, y algunos participantes en la IV Conferencia. La idea era ofrecer insumos que después sirvieran para lograr mecanismos de acuerdos con las Conferencias Episcopales en reuniones sucesivas que se realizarían en cada una de las regiones. La reunión en Aparecida se realizó los días 13 al 15 de junio del 2006. Allí se determinaron la misión y la visión del proceso informativo, y se ofrecieron sugerencias de cómo aterrizar los procesos en las Conferencias Episcopales.

La primera reunión regional se realizó en Santiago de Chile, los días 07 al 09 de agosto de ese 2009, con convocatoria para los países del Cono Sur más Brasil. Asistieron todos los convocados y la reunión fue muy fructífera en aportes e ideas como se evidencia en los consolidados de los instrumentos utilizados. La segunda reunión se llevó a cabo en Caracas los días 06 al 08 de septiembre de 2006, siendo convocados los países bolivarianos y tres del Caribe (Antillas, Puerto Rico y República Dominicana). Asistieron representantes de los países bolivarianos y del Caribe sólo asistió República Dominicana. También fue una reunión fructífera tanto por los aportes como por los compromisos adquiridos para la difusión y

acompañamiento de la V Conferencia. La última reunión se realizó en la Ciudad de México los días 18 al 20 de septiembre de 2006, con convocatoria para los países centroamericanos, con México y Panamá, y del Caribe se invitaron Haití y Cuba, que por diversas circunstancias no pudieron asistir. Esta reunión también generó buenos insumos y propuestas que fueron tomadas en cuenta para el diseño de la estrategia comunicacional e informativa de la V Conferencia.

Con esta documentación pretendemos dejar un registro del proceso de construcción colectiva de los principios y estrategias que después se aplicaron en la V Conferencia General, y que contribuyó a que desde los mismos inicios del proceso de preparación los actores en los distintos países, departamentos de comunicación y oficinas de prensa, sintieran como suyos la V Conferencia y la comunicación que alrededor de ella se iba a generar. No podemos concluir que la participación haya sido del 100 %, pero si tenemos registros de alta participación y del interés con el que se siguió la Conferencia desde cada una de las realidades locales.

REUNION PARA PROYECTAR CICLO COMUNICACIONAL DE LA VCG

Bogotá – Colombia, marzo 2003

1. Calificación
2. Objetivos
3. Metodología
4. Metodología y cronograma VCG
5. Expectativas, intervenciones y primeras ideas para el proceso comunicacional VCG
6. Ideas para el intercambio (Héctor Peláez, Argentina)
7. Tareas a corto y mediano plazo



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

REUNION PARA PROYECTAR CICLO COMUNICACIONAL DE LA VCG

Bogotá – Colombia, marzo 2005

- 1. Convocatoria**
- 2. Objetivos**
- 3. Metodología**
- 4. Metodología y cronograma VCG**
- 5. Expectativas, intervenciones y primeras ideas para el proceso comunicacional VCG**
- 6. Ideas para el intercambio (Nelson Policelli, Argentina)**
- 7. Tareas a corto y mediano plazo**



Bogotá, DC, 19 de febrero de 2005

CONVOCATORIA

De: Departamento de Comunicación.

Para: Mons. Baltasar Porras, Mons. Héctor Gutiérrez, P. Sydney Fones, Dr. Jerry O'Sullivan, Sr. Francisco Matte, P. Jorge Luis Rodríguez, P. Carlos Arturo Quintero, Srta. Anamaría Rodríguez, Sr. Pedro Sánchez, Dra. Leticia Soberón, Sr. Nelson Pollicelli, Dr. Eduardo Peña Vanegas, Srta. Gloria Sandoval.

Asunto: Reunión Para Proyectar "Ciclo Comunicacional de la V Conferencia General de Episcopado Latinoamericano y del Caribe".

Por encargo de la Secretaría General del CELAM, estamos realizando la convocatoria a un grupo seleccionado para iniciar el proyecto de preparación de lo que hemos denominado "Ciclo Comunicacional de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe" evento a celebrarse, Dios mediante, en febrero del 2007 en la ciudad de Roma. La selección de los participantes ha sido hecha en función de la experticia personal en alguna área de las comunicaciones sociales, así como la representatividad dentro de organismos de comunicación, como la RIIAL y la OCLACC. También se quiere aprovechar la experiencia que en pasadas conferencias ha tenido alguno de los participantes.

La reunión tiene como objetivo el *proyectar, dentro de la medida de las posibilidades, todo el proceso comunicacional que debe tener un evento de la magnitud continental como el propuesto*. Se deben delinear las etapas previas, los momentos fuertes de comunicación, y los niveles de participación que se requieren para esta Conferencia General. El desarrollo de nuestro encuentro prevé una presentación del estado actual en que se encuentra el proceso de la VCG que será presentado por el P. Sydney Fones, un pequeño recuento histórico de las conferencias anteriores, presentado por el P. David Gutiérrez, y una reseña histórica de lo que significó la parte comunicacional de la última Conferencia General, presentado por el Dr. Jerry O'Sullivan. Estas cortas ponencias serán el marco para iniciar nuestro trabajo. ¿Qué pedimos a los asistentes? Que puedan de alguna manera vislumbrar, desde sus campos de acción, las posibilidades de comunicación de esta VCG y cómo poder integrarlas en un plan general. De ser posible se puede traer un pequeño escrito que sirva de apoyo. De todos modos lo importante es participar en esta especie de lluvia de ideas que entre todos debemos generar para conformar lo que debe ser ese gran plan de acción.

7

Algunas características de los participantes, para hacernos idea de la reunión:

1. Los participantes de parte del CELAM tienen la responsabilidad final del proceso. Ellos son Mons. Baltasar Porras, presidente del Departamento de Comunicación, el P. Sidney Fones, Secretario General Adjunto y el P. David Gutiérrez, Secretario Ejecutivo. Del CELAM también participan el Dr. Eduardo Peña, experto en metodología, y la secretaria del departamento Gloria Sandoval.
2. Mons. Héctor Gutiérrez (Colombia) y el Dr. Jerry O'Sullivan (Venezuela) tienen la experiencia de haber formado parte del equipo de comunicación de la IV CG de Santo Domingo. El Dr. O'Sullivan es también experto del Departamento de Comunicación del CELAM.
3. El Sr. Francisco Matte, organizó la parte comunicacional de una visita del Papa a Chile y otros. Actualmente trabaja en Pastoral, Universidad Católica de Santiago
4. Los P. Jorge Luis Rodríguez y Carlos Arturo Quintero (Colombia), participan por pertenecer a un departamento de comunicación de Conferencia Episcopal.
5. La Srta. Anamaría Rodríguez (Colombia) y el Sr. Pedro Sánchez (Perú) participan por los comunicadores sociales organizados en la OCLACC.
6. EL Sr. Nelson Pollicelli (Argentina) participa por su experticia en publicidad.
7. La Dra. Leticia Soberón participa en representación de la RIIAL como delegada por el PCCS.

La reunión se efectuará los días 03 al 05 de marzo, Llegando el 02 de marzo y saliendo el 06 en la mañana. El lugar será la sede del CELAM en la carrera 5 N° 118 - 31, Usaquén en Bogotá. La estadía corre por cuenta del CELAM.

Sin otro particular, e implorando a Dios, ilumine las mentes para un trabajo eficaz en la construcción de su Reino, me suscribo,

P. DAVID GUTIÉRREZ
Secretario Ejecutivo Departamento de
Comunicación-CELAM



DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

***Reunión Para Proyectar "Ciclo Comunicacional de la V Conferencia General de
Episcopado Latinoamericano y del Caribe"***

Bogotá – Colombia

03 al 05 de marzo de 2005

OBJETIVO GENERAL

Proyectar, dentro de la medida de las posibilidades, todo el proceso o ciclo comunicacional de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer el estado actual del planteamiento de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe: propuestas de tema, gestiones hechas, cronograma tentativo de acciones.
2. Presentar elementos históricos que permitan conocer las características de las Conferencias Generales. Experiencia de Santo Domingo.
3. Determinar necesidades comunicacionales de una Conferencia General de Obispos.
4. Establecer – indicar posibles etapas, y a partir de ellas, construir – determinar un ciclo (arco) comunicacional de todo el proceso de la Conferencia General de Obispos (pre / in / post).



DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

Reunión Para Proyectar "Ciclo Comunicacional de la V Conferencia General de Episcopado Latinoamericano y del Caribe"

Bogotá – Colombia, 03 al 05 de marzo de 2005

METODOLOGIA

1. El evento lo desarrollaremos en dos días y medio, iniciando el jueves 03 a primera hora, finalizando el mediodía del sábado 05.
2. La primera sesión será para realizar la presentación de los participantes, objetivos de la Reunión y metodología. También se realizará la presentación del proceso de la Iglesia Latinoamericana para constituir un organismo como el CELAM, y realizar Conferencias Generales de Obispos.
3. La siguiente parte de la primera mañana será para conocer la experiencia de la última Conferencia General, celebrada en Santo Domingo en 1992 (presentada por el Dr. O'Sullivan) y conocer el estado actual de las gestiones para la organización de una V Conferencia General de Obispos (P. Sydney). En las exposiciones está previsto un tiempo para interacción entre ponentes y asistentes.
4. La sesión de la primera tarde, se destinará a la discusión sobre las necesidades que presenta un evento como el propuesto.
5. El viernes se dedicará enteramente a los aportes sobre un posible ciclo comunicacional, con trabajos por pequeños grupos y plenarios interactivos.
6. La mañana del sábado será para plantear estrategias definitivas que permitan la implementación del ciclo comunicacional previsto y programado el día anterior.

METODOLOGÍA Y CRONOGRAMA DE PREPARACIÓN PARA LA V CONFERENCIA GENERAL

TRAZADO DE LA V CONFERENCIA GENERAL: UN GRAN ARCO

1. La motivación central de la V Conferencia General es ahondar en nuestra identidad católica para hacer de toda la Iglesia, de todos sus miembros, seguidores más lúcidos y más santos de Jesucristo, con más incidencia y claridad en el servicio del mundo de hoy en América Latina y el Caribe. Se trata de mover interiormente y con vigor a la Iglesia para que esté presente con más coherencia de vida y fuerza en nuestras sociedades, “ponerla en pié” con su responsabilidad misionera y constructora del Reino de Dios en nuestros países.
2. Por consiguiente:
 - a. La celebración de la V Conferencia en 2007 quiere ser un momento privilegiado de discernimiento y orientación de nuestros Pastores, una verdadera hora de cenáculo,
 - b. antecedida por una amplia participación de todo el Pueblo de Dios en todos los niveles,
 - c. y continuada con un plan de crecimiento y animación misionera en todas nuestras Iglesias locales.
3. De este modo, durante el proceso de preparación de la V Conferencia tendremos un período de participación de todo el Pueblo de Dios, el cual irá desde mayo de 2005 hasta la celebración de la Conferencia General en febrero de 2007. Luego seguirá la misión continental con especial énfasis durante el cuatrienio CELAM 2007-2011, cuya proyección deseamos que continúe.

Los actores

4. Los actores principales de esta movilización eclesial son las propias Conferencias Episcopales y las Iglesias locales convocadas por el Santo Padre a una tal acción. El CELAM –en estrecha comunión con la Santa Sede- tiene la misión de coordinar y animar esta acción evangelizadora de la Iglesia en América Latina y el Caribe. El CELAM asume esa responsabilidad ejecutiva a través de su Presidencia. La Comisión Central de preparación de la V Conferencia colabora con la Presidencia del CELAM en este empeño.
5. Además, colaboran durante el período de preparación de la V Conferencia otros actores, de los cuales se esperan valiosos aportes, como por ejemplo:
 - a. De parte de los organismos del mismo CELAM: Departamentos, Secciones y Centros.
 - b. De parte de Seminarios convocados *ad hoc*.

6. De las CCEE: en este nivel se tratará de promover la participación y consultas durante los meses de agosto 2005 hasta julio 2006, comprometiéndose a:

- a. Presbíteros, diáconos, seminaristas y agentes de pastoral.
- b. Parroquias, Movimientos apostólicos y nuevas comunidades.
- c. Vida consagrada, Institutos Seculares y Sociedades de Vida Apostólica.
- d. Instituciones de educación superior y media.
- e. Asociaciones de obreros, campesinos, pueblos originarios, empresarios, políticos, agentes de cultura, etc.
- f. No-católicos y no-creyentes.
- g. Otros.

7. Se sugiere que se formen comisiones en las CCEE y en las Diócesis para llevar a cabo una buena participación en la etapa preparatoria de la V Conferencia.

8. El cronograma

AÑO	MES	ACTIVIDAD	ACTORES
2004	Noviembre	Envío del proyecto de tema a las CCEE	CELAM – Secretaría General
2005	Abril 15	<i>Aportaciones al tema de las CCEE</i>	CCEE
	Abril	Presentación del tema al Santo Padre	CELAM – Presidencia
	Mayo 17- 20	Celebración de los 50 del CELAM y presentación oficial del tema de la V CG	Santo Padre y CELAM XXX Asamblea Ordinaria en Lima/Perú

	Julio	Envío del “Documento de participación”(DP) a las CCEE	CELAM - Secretaría General
	Agosto	Estudio y animación con el DP	CCEE y Diócesis
2006	Julio	Aportes de las CCEE son	CCEE

		enviados al CELAM	
	Agosto	Redacción del "Documento de síntesis" (DS)	CELAM
	Octubre	DS a los Obispos	CELAM
2007	Febrero	Celebración de la V Conferencia General y elaboración del Documento Final (DF)	
	Mayo	XXXI Asamblea General y Plan Global cuatrienal (2007-2011)	CELAM
		Subsidios y equipos para misiones según DF	CELAM
		Misiones en las CCEE	CCEE y Diócesis

RECURSOS DE INTERVENCIÓN SOBRE IV CONFERENCIA GENERAL (SANTO DOMINGO)

- Se optará a evaluando que se se realizó.
- Para algunos de los que transparen en comunicación la preparación las sesiones. Para otros en cuanto a objetivos planteados.
- Se consideraron cuatro temas externos que significaron gran interés, así como apoyo al trabajo cooperacional de la misma Conferencia.
- El proceso fue netamente instrumental. Por lo tanto, no hubo participación.
- Realizaron con oficinas paralelas de información, generando de la información, actividades.
- Acceso limitado de los Sres. Obispos a los lugares informativos. Para algunos y los periodistas.
- Realizaron con paralelos de actividades y actividades. Cuanto a la presencia del Papa. Privilegio de periodistas "autorizados" que ingresan a los diversos lugares (catedrales).
- Revisión de grupos y talleres durante los días de la Conferencia. Realización de temas significativos del momento de los asistentes con periodistas.
- Realización de grupos de estudio de los días con el Sr. Obispo.
- Una experiencia al equipo de comunicación tuvo que tener lugar durante a los últimos días de la Conferencia. Grupos de la misma sesión sobre la Santa Eucaristía se evidencian, por lo informado, en distorsiones sobre el valor y los recursos de comunicación.
- Otras sugerencias:



DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

REUNION PARA PROYECTAR CICLO COMUNICACIONAL DE LA V C G.

Algunas expectativas ante reunión:

1. Ilusión por el trabajo que se vislumbra en el ámbito comunicacional de la VCG.
2. La comunicación es vital / fundamental para un evento como el que tenemos al frente.
3. Es una buena oportunidad para aportar nuestra competencia a la Iglesia Latinoamericana.
4. VCG es un momento coyuntural de la Iglesia que amerita una comunicación oportuna, veraz y pertinaz de los procesos que se generen.
5. Voluntad para poner todo el potencial de los comunicadores organizados en función de la VCG.
6. Posibilidad de usar nuevas maneras de comunicar. Conciencia de una nueva cultura.
7. La VCG no debe quedar sólo como un evento intraeclesial, intraepiscopal: proyección.
8. Conjunción de tradiciones presentes: oral, escrita y la nueva audiovisual.

RESUMEN DE INTERVENCION SOBRE IV CONFERENCIA GENERAL (SANTO DOMINGO).

1. Se esperaba evaluación que no se realizó.
2. Para algunos de los que trabajaron en comunicación la preparación fue mínima. Poca claridad en cuanto a objetivos planteados.
3. Se contrataron estructuras externas que significaron gasto enorme, con poco aporte al trabajo comunicacional de la misma Conferencia.
4. El proceso fue netamente instrumental. Pocas o nulas políticas de comunicación.
5. Problemas con oficinas paralelas de información: circulación de la información, acreditación.
6. Acceso limitado de los Sres. Obispos a los órganos informativos. Poco acceso a los periodistas.
7. Problemas con paralelismos de actividades y celebraciones. Gestión de la presencia del Papa. Privilegios de periodistas "vaticanistas" con respecto a los discursos papales (embargos).
8. Ruedas de prensa y boletines diarios con las actividades de la Conferencia. Tratamiento de temas significativos del momento en los encuentros con periodistas.
9. Problemas de gestión de entrevistas con ciertos obispos.
10. Una sugerencia: el equipo de comunicación tiene que tener acceso directo a los órganos directivos de la Conferencia. Gestión de la comunicación interna. En Santo Domingo se evidenció, por lo informado, un distanciamiento entre el vértice y los órganos de comunicación.
11. Otras sugerencias:

- a. El tema se debe destacar en toda la comunicación.
- b. La atención a los periodistas es fundamental.
- c. La acreditación debe ser función exclusiva del CELAM.
- d. Gestión de la colaboración de las Iglesias locales, coordinación.

IDEAS PRELIMINARES PLANTEADAS DESPUES DE LAS EXPOSICIONES.

1. Necesidad de creación de un protocolo de comunicaciones para gestión:
 - a. Públicos internos / externos. Definiciones.
 - b. Manejo de crisis. Planes de emergencia / contingencia.
 - c. Estrategias con obispos participantes en la Conferencia. Con el resto de los obispos.
2. ¿Qué pretende generar el CELAM con este evento? ¿Qué se busca comunicar?
3. Gestión de la comunicación interna: ¿cómo ayudar a que todos se oigan, se toleren, compartan? ¿Cómo transparentar las otras voces presentes en la Iglesia?
4. Los canales de comunicación deben ser múltiples. Uso de lenguajes apropiados a cada medio.
5. El medio informático significa un paso nuevo y decisivo en esta conferencia. ¿Cómo gestionar el flujo informativo de ida y vuelta en los procesos de participación?
6. Más que un documento, lo más importante es la comunicación del proceso de reflexión y toma de conciencia sobre la temática planteada.
7. ¿Cómo hacer de este proceso un acontecimiento de Iglesia y de la sociedad Latinoamericana?
8. Estamos en tiempos nuevos, donde se pueden poner de relieve las diferencias, y construir una imagen nueva de la Iglesia. Se augura una renovación.
9. Tomar conciencia a nivel de vértice de los procesos comunicacionales diversos y paralelos. Debe haber “traductores” a para los diversos medios.
10. La VCG es una oportunidad para que el CELAM entre en la dinámica de una reconversión de su estructura comunicacional. Voluntad para mejorar la presencia informática, especialmente lo referente al soporte técnico.
11. ¿Cómo será el proceso de “distribución” de la información en el proceso de preparación? En el esquema de “bajada”, ¿se han previsto los referentes eclesiales y los referentes específicos de comunicación? Petición a las CCEE que conformen equipos para este propósito.
12. ¿Cómo canalizar la participación del pueblo de Dios en el proceso de preparación? Es la pregunta base.
13. La comunicación no son sólo los medios. Pedir a los secretarios generales sugerencias para las metodologías de participación. Posicionamiento del tema para que la gente sepa que puede participar. ¿Cómo dar insumos a los comunicadores?
14. Construcción colectiva de los procesos de comunicación. Conformación de equipos específicos por áreas de competencia (publicistas, radialistas, etc.).
15. Importancia de los sitios Web's, no sólo el oficial del CELAM.
16. CELAM tiene que convencer a las CCEE de lo que se va a hacer: no sólo es la emisión de un mensaje.
17. ¿Qué pregunta se puede hacer para provocar la participación? Se somete a consideración la denominación del instrumento: ¿documento?

18. El arco temporal nos marcará los énfasis comunicacionales. Paralelamente se deben buscar los cómo.
19. Detectar ideas fuerzas para trabajar con diversos actores. Lemas y slogans diferenciados por realidad local o regional.
20. Arranque de alto impacto. ¿Lanzamiento simultáneo en todas partes?
21. Mons. Porras pide a los asistentes:
 - a. ¿Cómo iniciar / arrancar el proceso comunicacional?
 - b. ¿Qué capacitación mínima deben tener las instancias de comunicación?
 - c. ¿Cuál infraestructura técnica se debe tener?
 - d. ¿Cuáles metodologías participativas deben establecerse?
 - e. ¿Qué lenguajes y producciones se pueden ofrecer?
 - f. ¿Y los recursos? Previsiones para la consecución de los mismos.

Más allá de la idea de un proceso de comunicación para grupos de estas, la idea es un mismo grupo (por ejemplo, no católicos y no creyentes), la aplicación muy probablemente será diferente en Uruguay que en México.

Así también existirán instancias comunicacionales para cada grupo en forma diferenciada también según su especificidad y cercanía a las actividades del Celam. Qué es el Celam, su antigüedad, su trayectoria, su misión; Qué es una Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe; la existencia de cuatro conferencias anteriores, etc.

Actores (actores):

Primeros: Presbiteros, Obispos, seminaristas, agentes de pastoral, vida religiosa, Institutos Seculares y Sociedades de Vida apostólica.
Secundarios: Parroquias, movimientos apostólicos y nuevas comunidades, comunidades de jóvenes, campesinos, pueblos originarios, empresarios, políticos, agentes de cultura, etc. (católicos)
Terceros: No católicos y no creyentes.

2. Determinar CÓMO

Definir "Ideas Fuerza" claves para el diseño de la comunicación para luego ser trabajadas para cada target.

Elaborar un Lema comunicacional o "Slogan". No necesariamente el mismo lema de la Conferencia pero sí derivado de él. Este nuevo "Lema comunicacional" deberá ser nuevo, de fácil decodificación en las diferentes culturas a las cuales debemos llegar. Idealmente no más de 5 palabras (pudiendo ser un poco más si es que tienen una idea sencilla y clara).

3. Determinar DÓNDE

Aquí deberíamos determinar los diferentes medios para llegar a cada grupo de actores: primarios, secundarios, internos y externos.

Algunas ideas para intercambiar al proyectar el Ciclo Comunicacional de la V Conferencia General de Episcopado Latinoamericano y del Caribe a modo de "Campaña de difusión-comunicación (desde la óptica publicitaria)"

1- Determinar claramente **QUÉ** se desea comunicar y **A QUIÉN** (y se **QUÉ** espera de cada uno).

Si tomamos como base que las CCEE promoverán la participación y consulta durante un período extenso a por lo menos 7 diferentes niveles de actores, éstos son en sí mismo "targets" lo suficientemente diversos como para permitir pensar en una apertura de campaña.

Más aún, habría que pensar en la bajada local para alguna de ellas. Es decir en un mismo grupo (por ejemplo, no católicos y no creyentes), la apelación muy probablemente será diferente en Uruguay que en Méjico.

Así también existirían instancias comunicacionales para cada grupo en forma diferenciada también según su especificidad y cercanía a las actividades del Celam: Qué es el Celam; su antigüedad; su trayectoria; su misión; Qué es una Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe; la existencia de cuatro conferencias anteriores, etc.

Actores (quiénes):

Primarios: Presbíteros, diáconos, seminaristas, agentes de pastoral, vida consagrada, Institutos Seculares y Sociedades de Vida apostólica.

Secundarios: Parroquias, movimientos apostólicos y nuevas comunidades, asociaciones de obreros, campesinos, pueblos originarios, empresarios, políticos, agentes de cultura, etc. (católicos)

Externos: No católicos y no creyentes.

2- Determinar **CÓMO**

Detectar "Ideas Fuerza" claras para el diseño de la comunicación para luego ser trabajadas para cada target.

Elaborar un Lema comunicacional o "Slogan". No necesariamente el mismo lema de la Conferencia pero sí extraído de él. Este nuevo "Lema comunicacional" debería ser sencillo, de fácil decodificación en las diferentes culturas a las cuales debemos llegar. Idealmente no más de 5 palabras (pudiendo ser un poco más si es que cierran una idea sencilla y clara).

3- Determinar **DÓNDE**

Aquí deberíamos determinar los diferentes medios para llegar a cada grupo de actores primarios, secundarios, internos y externos.

Para los primarios, los canales habituales de cada lugar (boletines eclesiales, comunicaciones directas epistolares, encuentros más allá de las conferencias, por diócesis, vicarías, decanatos, conferencias de religiosos, comunidades religiosas, etc.)

Para los secundarios, sí aquí pensar en medios publicitarios, en estrecha relación con las acciones de prensa debidamente instrumentadas.
Fundamentalmente carteleras parroquiales, medios católicos, y medios independientes.

Para los externos: los medios independientes también en relación con las acciones de prensa.

Todas estas acciones podrían ser trabajadas independientemente de la campaña de prensa que seguramente será coordinada en conjunto con las Oficinas de Prensa de las CCEE.

Nelson José Pollicelli

PROPUESTA PARA EL CICLO COMUNICACIONAL DE LA V CONFERENCIA Y PROCESO DE RENOVACION ECLESIAL

TAREAS A CORTO PLAZO – Mayo de 2005

QUÉ	CÓMO	QUIENES
Aprovechar la Asamblea de Lima Arranque del proceso Destacar la dimensión comunicativa de todo el proceso y el cambio – salto cualitativo que se está dando en la comunicación	1. Convocación de la V Conferencia 2. Fortalecer la infraestructura comunicacional del CELAM en especial la página Web (hacia la Iglesia y el mundo) 3. Elaboración de propuesta básica para presentar a la Reunión de Secretarios Generales y luego a la Asamblea, en Lima. 4. Ofrecer información básica a través de página Web: glosario para comunicadores, Historia de santo Toribio, 50 años del CELAM, Cuatro Conferencias Generales, etc. 5. Aprovechar la infraestructura comunicacional existente en Lima y conectarla con otras para lograr que la Asamblea y la convocación de la V Conferencia sean un hecho comunicacional. 6. Realizar una peregrinación a un santuario mariano al concluir la Asamblea como un punto de partida del proceso, que indicará el punto de llegada del mismo proceso. Destacarlo como hecho significativo, comunicarlo ampliamente. 7. Preparar una presentación (powerpoint – video) mostrando el cambio que se ha venido dando en la metodología de preparación de las Conferencias Generales, a la reunión de Secretarios Generales y a la Asamblea. 8. Elaborar y definir propuesta de logo renovado de CELAM, para la Reunión de Secretarios Generales, y de la campaña, a la Asamblea.	1. Santo Padre 2. Presidencia y Comité económico 3. Secretario Adjunto y Dpto. Comunicación 4. Oficina de Prensa, página Web 5. Departamento de Comunicación 6. Presidencia de CELAM y de Conf. Episcopal Perú 7. Secretario Adjunto y Dpto. Comunicación 8. Secretario Adjunto y equipo asesor de comunicación

TAREAS A MEDIANO PLAZO – Junio de 2005 – Enero de 2007

Ámbito	QUÉ	CÓMO	QUIENES
CELAM	1. Desarrollar eventos que permitan la preparación y que alimenten la comunicación, manteniendo la “noticia”. 2. Congreso Mariológico Internacional	• Identificar en las actividades previstas en los Departamentos que puedan ser parte del proceso de preparación • Destacar la imagen de María como discípulo de Jesús • Incluir la presencia activa de mujeres en el Congreso	Equipo de Secretarios Ejecutivos y Dpto. de Comunicación. Departamento de Misión y espiritualidad
CONFERENCIAS EPISCOPALES	Celebración Mariana especial para “instalar” a María en el Cenáculo episcopal.	• Peregrinaciones a los santuarios marianos y parroquias con devoción mariana • Celebraciones especiales • Catequesis preparatorias	Asociación de Rectores de Santuarios Departamentos de Liturgia, Catequesis



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

REUNION CENTRO NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE - RIIAL

Santa Fe – Argentina, agosto 2005

REUNION CON CENTRO NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE. Santa Fe Argentina. 17 y 18 de agosto de 2005

1. Razón de ser de una VCG:
 - a. Convencer prioritariamente a los obispos.
 - b. Definición eclesiológica de la participación:
 - i. Religiosos.
 - ii. Grupos.
 - iii. Movimientos.
 - iv. Sociedad civil.
2. Metodología general de la VCG.
 - a. Conocimiento del proceso metodológico general de la VCG y quiénes son los que lo diseñan. (Necesidad)
 - b. Procesos de organización nacional:
 - i. ¿Comisión nacional? Propuesta de organización (CELAM).
 - ii. Comisiones diocesanas: organización y líneas de interacción con comisiones nacionales.
 - iii. ¿Etapas de participación a nivel diocesano? ¿A nivel nacional? ¿Momentos de respuesta? (definir y difundirlo para participación ordenada).
 - c. Especificación de las etapas:
 - i. Objetivo.
 - ii. Planificación:
 1. Actividades.
 2. Alcance.
 3. Motivación – promoción (aprovechamiento de tiempos litúrgicos). Estrategia de medios.
 4. Duración.
 5. Flujos de comunicación.
 6. Monitoreo – responsabilidad:
 - a. Quién hace el seguimiento.
 - b. Criterios para el seguimiento (quién los determina).
 - iii. Niveles - actores – responsabilidades:
 1. CELAM.
 2. CCEE.
 3. Diócesis.
 4. Parroquias.
 - iv. Recursos:
 1. Materiales.
 2. Humanos.
 3. Tecnológicos.
 4. De formación.
 - v. Evaluación.
3. PROCESOS PARA LA VCG.
 - a. Etapa de participación.
 - i. Documento de participación:
 1. Difusión: On line – off line – impreso.
 2. Trabajo a distintos niveles:
 - a. Parroquial.

- b. Diócesis.
 - c. CC.EE.
 - d. Celam.
 - ii. Fichas de participación:
 - 1. Distribución en el tiempo.
 - 2. Propuesta de estrategia para la recogida de información (¿se esperará al final del proceso?).
 - 3. Síntesis: parciales o al final del proceso. Lineamientos.
 - iii. Proceso de retorno:
 - 1. Síntesis diocesana:
 - a. ¿Criterios?
 - b. ¿Tiempos?
 - 2. Síntesis nacional
 - a. ¿Criterios?
 - b. ¿Tiempos?
 - b. Trabajo de Síntesis comisión de redacción. (CELAM).
 - c. Documentar el proceso para aprovechamiento futuro.
- 4. Cooperación CELAM – Centro Guadalupe – VEMultimedios.
 - a. CELAM:
 - i. Qué es lo que se quiere con los procesos de la conferencia.
 - ii. Suministrar y administrar contenidos.
 - b. Centro Guadalupe:
 - i. Recibir requerimientos del CELAM, y analizarlos.
 - ii. Proponer un proyecto de solución de los requerimientos. Funciones, presupuestos y tiempos.
 - iii. Una vez aprobado, realizar la especificación tecnológica del proyecto.
 - iv. Garantizar el seguimiento de la solución. Evaluar la gestión técnica del ejecutor.
 - c. VEMultimedios:
 - i. Informar sobre los alcances tecnológicos de las soluciones que se pueden desarrollar en orden a la VCG.
 - ii. Recibir del Centro Guadalupe las especificaciones técnicas de cada solución. Dialogar con CELAM para la toma de decisiones (especialmente en cuestiones conceptuales y de presupuesto).
 - iii. Ejecutar el desarrollo e implementación de la solución.
 - d. Formación:
 - i. Determinar en cada caso, si el Centro o VEMultimedios elabora el material y la estrategia de formación.
- 5. Propuesta inicial de alternativa tecnológica para aplicar a la VCG.
 - a. Interfaces multilingües (inglés, francés, portugués).
 - b. Compatibilidad con estándares:
 - i. RSS.
 - ii. XML.
 - c. Usabilidad:
 - Accesible a cualquier navegador. Accesible a cualquier conexión.
 - d. Administración de comunidades virtuales:
 - i. CELAM: comisión central.

- ii. CC.EE: comisión.
- iii. Diócesis: comisión.
- iv. Obispos.
- v. Parroquias: se considera que ante un pedido se informarán los medios disponibles y gratuitos en la Web.
- e. Administración de documentos:
 - i. Manejo de biblioteca de documentos.
 - ii. Documentos compartidos en red.
 - iii. Gestión de versiones (historial).
 - iv. Seguridad y niveles de acceso.
- f. Herramientas de interacción:
 - i. Foro:
 - 1. Por tema.
 - 2. Moderación.
 - 3. Avisos por correo.
 - ii. Preguntas directas:
 - 1. Respuesta automática.
 - 2. Direccionamiento (facilitar contacto con responsables de temas).
 - iii. Sala de chat.
- g. Herramienta para listas de distribución.
- h. Herramienta para administración de encuestas.
- i. Servidores:
 - i. Capacidad y tipo de hosting.
 - ii. Ancho de banda disponible: capacidad de respuesta.
 - iii. Escalabilidad de los servidores.
 - iv. Sitios espejos para descargas.
 - v. Alta disponibilidad y redundancia.
- j. Seguridad:
 - i. Del sitio Web: SSL.
 - ii. Autoridad de certificación: emisión de certificados digitales para e-mail.



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

REUNION FORMACION EQUIPO DE COMUNICACIÓN

Aparecida – Brasil, junio 2006

- 1. Convocatoria**
- 2. Objetivos**
- 3. Metodología**
- 4. Informativo**
- 5. Instrumento N° 1: Misión y Visión**
- 6. Instrumento N° 2: Realidad / Retos y
Desafíos**
- 7. Instrumento N° 3: Ámbitos
Comunicacionales / Ideas Fuerzas**
- 8. Instrumento N° 4: Estrategias**
- 9. Evaluación**
- 10. Lista de Participantes**
- 11. Resumen Económico**



25

CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO
OFICINA DE PRENSA

Bogotá, DC., 05 de mayo de 2006

**Mons.
Héctor Gutiérrez
CIUDAD**

Excelencia, reciba un saludo cordial en Cristo Jesús.

Por este intermedio le comunico que los días 13 al 15 del mes de junio del presente año se estará realizando en el Santuario de Aparecida, estado de São Paulo, Brasil, la **Reunión Para la Formación de Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe**, que tiene como objetivo "Formar un equipo de comunicación que permita desarrollar los procesos de comunicación integral de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe y establecer las líneas generales de acción de los elementos informativos y comunicacionales de la cita continental episcopal".

Además de la conformación del equipo de comunicación e información (dar las indicaciones de cómo formarlo), esta reunión busca establecer todos los mecanismos y definiciones necesarias para lograr una gestión comunicativa eficaz, que permita la debida proyección de un evento continental como esta V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.

Por esta razón, le pido reserve en su agenda la fecha mencionada arriba, y nos comunique sus preferencias para realizar el viaje desde Bogotá hasta la ciudad de São Paulo, lugar donde se le esperará para llevarlo a la población de Aparecida. El CELAM cubrirá los costos totales de su traslado, así como los gastos de alimentación y alojamiento. El manejo de reservaciones e itinerarios se hará con el Sr. Henry Daza, henryd@celam.org

Para su participación le pedimos una contribución sobre su experiencia en la organización y desarrollo de la parte informativa de la IV Conferencia de Santo Domingo.

En comunicación posterior le indicaremos más detalles de índole logística.

Sin otro particular, me suscribo,

Pbro. David Gutiérrez
Director Oficina de Prensa
CELAM



OFICINA DE PRENSA

Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

*Aparecida – Brasil
13 al 15 de junio de 2006*

OBJETIVO GENERAL

Establecer las políticas comunicacionales de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe y ofrecer elementos para delinear estrategias que operativicen esas políticas de comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar un panorama de la situación actual del proceso de la VCG.
- Determinar las políticas de comunicación que deben orientar el proceso comunicacional de la VCG.
- Determinar las estrategias que ayuden a implementar y desarrollar los programas de comunicación de la VCG.
- Ofrecer elementos para el diseño de los programas de comunicación de las diferentes áreas de la VCG.



OFICINA DE PRENSA

Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Aparecida – Brasil

13 al 15 de junio de 2006

METODOLOGIA

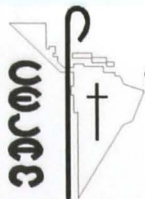
1. La Reunión la desarrollaremos en dos días completos, iniciando el martes 13 a primera hora, finalizando la tarde del miércoles 14. El día 15, participaremos en la Eucaristía del Santuario.
2. Habrá una presentación informativa del estado actual del proceso hacia la V Conferencia General.
3. Luego compartiremos la experiencia de la conferencia anterior, que servirá como punto de partida.
4. También tendremos una ponencia sobre el trabajo periodístico en un evento eclesial como una Conferencia General y otra sobre políticas de comunicación. En ambas presentaciones la dinámica será participativa y servirán como motivadoras para el trabajo de grupos.
5. Los resultados de los trabajos de grupos serán los insumos para la determinación de las políticas y estrategias de comunicación e información de todo el proceso de la VCG.



INFORMATIVO

1. A quienes llegan al aeropuerto de Guarulhos los días 11 y 12 de junio, se les comunica que habrán personas identificadas y con sus nombres para recibirlos.
2. Los boletos aéreos han sido tramitados desde Bogotá y se les ha informado de las maneras como retirarlos en sus ciudades. Algunos van con impuestos de salida de sus países o de Brasil incorporados. A quienes no se le hayan incluido por alguna razón, le será reembolsado el valor del impuesto en Aparecida.
3. El lugar de alojamiento es el **HOTEL MARGE**, rua Monte Carmelo, Aparecida, SP. Telf.: + 52 - 12 - 3105 5335. www.margehotel.com.br
4. El hotel tiene como hora de entrada / salida las 12:00. Si alguien llega muy temprano, se esperará a esa hora para ingresar al hotel, y a la salida, si alguien debe viajar en horas de la tarde, se hará la salida a la hora señalada arriba, y luego se llevará al aeropuerto en función de la hora de viaje.
5. Los desayunos, almuerzos y cenas se realizarán en el hotel a las horas determinadas en el horario que se consignará al llegar.
6. Las reuniones de trabajo se tendrán en el salón de los Coordinadores de los Romero (peregrinos), en el propio Santuario de Aparecida. Allí tenemos a disposición equipo de video beam para presentaciones.
7. Aparecida está a 172 Kms. de distancia de São Paulo en el margen de la Rodovia (autopista) Dutra. En esta época del año la temperatura durante el día es de 25 °C, mientras que en las noches y mañanas baja hasta unos 15 °C. Se recomienda llevar ropa adecuada a ese nivel de temperatura.
8. Quienes tengan contribuciones, se agradece enviarlas a este correo para realizar el acopio de las mismas para adjuntarlas a las memorias.
9. Cualquier otra información que se requiera, favor remitirla a este correo.

Pbro. David Gutiérrez
Director Oficina de Prensa
CELAM



OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
Encuentro de Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe
Aparecida – Brasil
13 al 15 de junio de 2006

INSTRUMENTO N° 1

MISION	QUE TODA LA IGLESIA EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE CONOZCA Y SE INVOLUCRE EN EL ACONTECIMIENTO DE LA V CONFERENCIA Y SEA TESTIMONIO PARA NUESTROS PUEBLOS. <i>QUE TODA A IGREJA NA AMERICA LATINA E CARIBE CONHEÇA E SE ENVOLVA NO ACONTECIMENTO DA V CONFERENCIA GERAL E SEJA TESTEMUNHA PARA NOSSOS POVOS.</i>
VISION	UNA IGLESIA CATOLICA RENOVADA EN UN CONTINENTE ESPERANZADO POR EL TESTIMONIO DE DISCIPULOS Y MISIONEROS DE JESUCRISTO. <i>UMA IGREJA CATOLICA RENOVADA, NUM CONTINENTE ESPERANÇOSO PELO TESTEMUNHO DOS DISCIPULOS E MISSIONARIOS DE JESUS CRISTO.</i>

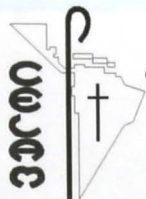


30

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro de Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe
Aparecida – Brasil
13 al 15 de junio de 2006*

INSTRUMENTO N° 2

<i>Aspecto Realidad / VCG</i>	<i>RETO / DESAFIO</i>
Lenguaje.	Hay que hacer de la Conferencia algo que sea entendido por el pueblo. La comunicación debe traducir el evento eclesial y decir al pueblo que la V Conferencia le dice algo (trad. Del brasileño).
Iglesia Latinoamericana que pierde vigencia y presencia en su entorno.	Ante ataques a la Iglesia (en la familia, vida, costumbres, etc.), necesidad de testimonio. Iglesia viva.
Tema sociopolítico desalentador: surgimiento de izquierdas pragmáticas, TLC's, globalización, migraciones...	
Quiénes serán los actores de la VCG.	- Conocer sus responsabilidades. - Escuchar sus necesidades. - Facilitar su comunicación. - Ofrecer herramientas informáticas válidas para concretarlas.
Considerar las etapas del proceso eclesial de la VCG (antes, mayo 2007, misión continental).	Ofrecer sistemas informáticos e infraestructura adecuados a cada etapa.
Considerar la naturaleza privada y pública de la información.	- Gestión de la información debe ser integrada. - La tecnología permite esa integración y debe expresarse en la selección tecnológica

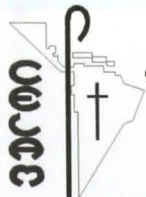


31

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro de Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
 Latinoamericano y del Caribe
 Aparecida – Brasil
 13 al 15 de junio de 2006*

INSTRUMENTO N° 2

	que se haga. -
La informática tendrá un rol protagónico como servicio.	- Hay que gestionarlo profesionalmente. - Tecnología favorable: usarla creativamente y con contenidos que reflejen la realidad de la Iglesia de A.L. y el C.
Necesidad de un planeamiento estratégico de las comunicaciones (omisión de este aspecto en las conferencias anteriores).	Contar con una política comunicacional que contemple entre otros aspectos: - Características de ser Iglesia que definen conducta y tono comunicacional. - Características de las vocerías. - Criterios para respuestas diferenciadas.
Trascendencia del tema de la VCG para el futuro de la Iglesia en el continente. Necesidad de evangelizar.	Priorizar entre los públicos destinatarios, a los bautizados de A.L. y el C., y poner recursos para que las Iglesias locales del continente se sientan participando antes, durante y después de la VCG.
El oficio de los periodistas.	Facilitar el trabajo de la prensa acreditada: - Soporte Web actualizado y permanente. - Puente, vehículo entre los medios y los pastores. - Transparencia. - Traducción (conceptual e idiomática).
Cómo ve la sociedad a la Iglesia (al Papa, a los pastores, los conflictos dentro de la Iglesia).	- Preparar respuestas coherentes y maduras. - Valorar lo que existe en la Iglesia: - o Colegialidad episcopal –CELAM – - o Experiencias del pueblo de Dios en A.L.



32

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro de Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
 Latinoamericano y del Caribe
 Aparecida – Brasil
 13 al 15 de junio de 2006*

INSTRUMENTO N° 2

Discriminación progresiva. Peligro de ruptura de la unidad latinoamericana. Número de periodistas interesados en participar por visita del Papa y por VCG.	- o Experiencia del Documento de Participación. - Fortalecer el testimonio: - o Como Iglesia. - o Como equipo de comunicación. - Dialogar: - o Con las diversas líneas comunicativas. - o Con las diferentes / diversas líneas teológicas. - o Con todos los sectores. - Decir la verdad de nuestra fe a través de una buena información: creativa, clara y oportuna.
Diversidad de culturas.	Mensaje claro para todos.
Conocimiento del discipulado y la misión de la Iglesia Hoy. Es una realidad compleja.	Participar del proceso de consulta en las parroquias.
Componentes del equipo.	- Definir competencias. - Formar sub equipos.
Presencia del Papa.	Dar a conocer el objetivo de la visita del Papa: ¿VCG? ¿Visita pastoral a Brasil?
Estrategia para comunicar el tema central.	Traducir para los M.C.S. las reflexiones desarrolladas en torno al tema para que los grandes medios den visibilidad al evento.

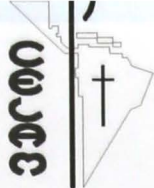


OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro de Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
 Latinoamericano y del Caribe
 Aparecida – Brasil
 13 al 15 de junio de 2006*

33

INSTRUMENTO N° 2

Descristianización progresiva.	Interesar a la comunidad Latinoamericana sobre la propuesta de la Iglesia en orden a valorar los principios cristianos.
Peligro de ruptura de la unidad latinoamericana.	Fortalecer, mediante la misión, el elemento aglutinante que es la fe católica y el discipulado.
Número de periodistas interesados en participar por visita del Papa y por VCG.	Proporcionar infraestructura para la difusión de información, principalmente en lo que se refiere a la logística y equipamiento ofrecidos a los periodistas.
Definición de una política de comunicación.	Establecimiento / proposición / creación de una política de comunicación general que sea asumida / acogida / apropiada / compartida por los entes de Iglesia en todo el continente.
Participación / comunión.	- Determinación de número de medios católicos: impresos, radioeléctricos, web's... - Posibilidad de mayor "interactividad". - ¿Cómo se transforma en comunión?
Formación de equipo competente.	Conjugación de talento / visiones / competencias para trabajo específico de comunicación.
Conciencia de los obispos en cuanto a comunicación.	Aprovechar el acontecimiento para alfabetizar y evangelizar a los obispos en cuanto al tema comunicacional.
Organizaciones sociales. Corrientes.	Entrar en relación para establecer alianzas, información y difusión.



OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe

34

Aparecida – Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

INSTRUMENTO N° 3

AMBITO DE LA COMUNICACION	IDEA FUERZA
ESTRATÉGICO	- Orientar la Política Comunicacional de la VCG a la Misión Continental. - Discernir tales políticas conforme a su impacto e incidencia. - Diferenciar el evento Mayo 2007 del Proceso VCG. - Privilegiar a los públicos que han tenido participación en el proceso preparatorio de la VCG. - Llegar a líderes de opinión católicos y no católicos. - Potenciar los medios de comunicación de la vida interna de la Iglesia (liturgia, catequesis, etc.) - Determinar portavoces. - Establecer un Plan de Marketing con expertos en imagen, marca y conocedores del mercado.
CONTENIDOS	- Trabajar para que todo lo que pase en la VCG y después de ella sea en un lenguaje universal, popular y abierto a todos. - Potenciar el testimonio de vida de la Iglesia, aprovechar el hecho mismo de la reunión de los obispos, como un testimonio de la vida de la Iglesia. - Sostener la atención e interés por temas sensibles de la sociedad y de la Iglesia. - Elaborar documentos al menos en cuatro idiomas (español, portugués, italiano e inglés). - Mantener la atención haciendo eco de la voz del Papa, recogiendo los contenidos de su discurso en entrevistas a obispos.
ORGANIZACIÓN	- Organizar equipos de comunicación corporativa que trabaje las informaciones, la creación de sentido e imagen de la VCG, a fin de ofrecer una comunicación evangelizadora. - Establecer comunicación con grupos especializados, profesionales, ONGs, grupos sociales. - Ruedas de prensa diarias, que aborden los contenidos de la VCG y además den respuesta a otros requerimientos de la prensa. - Servir de un modo prioritario a los medios y micromedios de Iglesia. - Cuidar tema del protocolo.



35

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe
Aparecida – Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

INSTRUMENTO N° 3

TÉCNICO	- Fomentar el trabajo en conjunto, con redes de trabajo, durante y después de la VCG. - Poner recursos en la mesa común, compartir. - Contar con una estrategia de manejo de los sistemas de información, que determine los medios técnicos a disposición de los fines comunicacionales de la VCG.
FORMACIÓN	- Formar y capacitar a comunicadores en las cuatro regiones del CELAM, en el propio equipo de Comunicaciones de la VCG, y a los Obispos. - Preparar a los obispos que van a atender a los medios, particularmente a los portavoces. - No perder los avances de la Iglesia continental en materia de Comunicación. Ofrecer a los Obispos un documento actualizado con teoría y praxis de la comunicación.



36

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe*
Aparecida – Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

INSTRUMENTO N° 4

ESTRATEGIA	ASPECTO OPERATIVO / ACTIVIDAD
Efectividad	Hacer bien lo que se encomienda
Corresponsabilidad	Integrarse en todo el proyecto
Justificación	Conocer perfectamente la propuesta de la VCG (el discipulado)
Entender qué es el discipulado	Comprometiéndose totalmente en el proceso
Implementar el criterio de mesa común	1. Visibilizar los productos. 2. Poner las direcciones de los contactos para interacción. 3.
Trabajo en equipo (red)	Definir las áreas de trabajo comunicacional y definir Trabajo con redes existentes (RIIAL, etc.) Definición de responsables
Lenguajes y comunicabilidad	Invitar a CREATIVOS QUE NOS AYUDEN A TODOS. Que trabajen propuestas.
Eje testimonial	Definiciones básicas de Iglesia, socialización.
Proyectar la misión	El equipo multidisciplinar de la conferencia que elabore un plan para la misión
Hacer convenios	En Brasil firmar convenios con medios y consorcios
Información	En varios idiomas (4 idiomas). Carpeta virtual de temas y recursos. Flujo de información permanente del CELAM / Aparecida con el resto de Conferencias Episcopales.



37

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Aparecida – Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

INSTRUMENTO N° 4

Estrategia Web integral	Para información. Intranet. Presentación de audios y videos. Transmisión On line de la conferencia. Disposición de materiales para todos.
Gestión de la Información	Formación de equipo de trabajo. Determinación de personas relevantes para acciones. Definición de requerimientos. Gestión del proyecto.
Formación	Campo virtual de formación para las Conferencias Episcopales Encuentro con monitores para formación virtual Manual para comunicar a obispos aspectos de comunicación Instructivo virtual para periodistas Equipo de gente apropiado para gestionar periodismo plural
Carta de acuerdos con pool mediático	
Crear grupo de “inteligencia” para resúmenes (multidisciplinar)	Determinación de los materiales a publicar
Grupo de técnicos que elabore técnicamente el material para emisión.	
Información que se produzca como buena noticia	Conformación del grupo escogido por calidad técnica y compartir espíritu.
Promover las instancias que ya existen para difundir VCG	



**Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia
General del Episcopado Latinoamericana y del Caribe**
Aparecida - Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

EVALUACIÓN

I. Metodología y proyección general de la Reunión

1. Faltó ponente en portugués.
2. Sugerencia: determinar los oficios (sala de prensa, acreditaciones, ingeniería...).
- 3.

II. Contenidos

1. Contenidos parecen buenos. Faltó una presentación sobre el tema específico del discipulado, qué es.
2. Han sido iluminadores para elaborar el trabajo corporativo, interdisciplinario.

III. Servicios

1. Es positivo contar con la presencia de diversa gente que da desde ya un aire de conferencia. Diversos idiomas.
2. Faltó una guía para conocer el Santuario.
3. Estar atentos a las movilizaciones, distancias.
4. Tema de los baños.

IV. Sugerencias

1. Hablar los dos idiomas.
2. Elaboración de la política y socializarla.
3. Discipulado como tema de trabajo.
4. Definición de cosas prácticas para la gente misma de Aparecida.
5. Determinación de prerequisites para quienes participan en los eventos de la VCG.
6. Elaboración de cuestionarios que ayuden a los periodistas.
7. Distribución de programa antes de los eventos.

REUNION PARA LA FORMACION DEL EQUIPO DE COMUNICACIÓN DE LA V CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO

LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

Aparecida - Brasil, 13 al 15 de junio de 2006

LISTA DE PARTICIPANTES

Institución:	CELAM
Nombre:	Mons. Baltazar Porras Cardozo
Cargo:	Presidente Dpto. Comunicación
Dirección:	Palacio Arzobispal, Plaza Bolívar
Ciudad:	Mérida
País:	Venezuela
Teléfono:	+58-274-252.5786 / 4307 +58-414-374.0900 cel.
Fax:	+58-274-252.1238
E-mail:	bepocar@cantv.net

Institución:	Universidad Católica
Nombre:	Susana Nuin Nuñez
Cargo:	Docente, investigadora
Dirección:	Senillosa 59
Ciudad:	Buenos Aires
País:	Argentina
Teléfono:	+54-11-4901.0820
Fax:	idem
E-mail:	susananuin@gmail.com

Institución:	Centro RIIAL Guadalupe
Nombre:	Daniel Cabaña
Cargo:	Director
Dirección:	General López 2720
Ciudad:	Santa Fe 53.000 DCJ
País:	Argentina
Teléfono:	+54-342-458.1780 / 459.5791
Fax:	+54-342-459.4491
E-mail:	dcabana@arquisantafe.org.ar

Institución:	CELAM / Diakonia
Nombre:	P. Hugo Ara
Cargo:	Experto / Director
Dirección:	4584
Ciudad:	Santa Cruz
País:	Bolivia
Teléfono:	+591-71696170 / -3-342.2444
Fax:	+591-3-342.2444
E-mail:	hugo.ara@diakonia.edu.bo

Institución:	Conf. Episcopal Boliviana
Nombre:	José Rivera
Cargo:	Secretario Ejecutivo de Comunicación / Oficina de Prensa
Dirección:	Casilla 2309
Ciudad:	La Paz
País:	Bolivia
Teléfono:	+591-2-212.5835
Fax:	+591-2-240.6977
E-mail:	joserivera@gmail.com

Institución:	Santuário Nacional de Aparecida
Nombre:	José Expedito Da Silva
Cargo:	Assessor de Imprensa
Dirección:	Avenida Julio Prestes S/N Caixa Postal: 41
Ciudad:	Aparecida CEP: 12.570 - 000
País:	Brasil
Teléfono:	+55-12-3104-1093 / 1000
Fax:	+55-12-3104.1000
E-mail:	imprensa@santuarionacional.com

Instituição:	CNBB
Nome:	Irmã Patricia Silva
Cargo:	Assessora de Imprensa
Direção:	SES / Cuadra 801 Mod. B
Cidade:	Brasília DF
País:	Brasil
Teléfono:	+55-61-2103.8313
Fax:	+55-61-2103.8338
E-mail:	imprensa@cnbb.org.br

Instituição:	Rádio Aparecida
Nome:	Pe. José Inácio Maderos
Cargo:	Diretor
Direção:	Caixa Postal 02
Cidade:	Aparecida SP
País:	Brasil
Teléfono:	+55-12-3104.4400
Fax:	
E-mail:	pe.inacio@radioaparecida.com.br

Instituição:	Santuário Nacional de Aparecida
Nome:	Flávia Gabriela da Costa Rosa
Cargo:	Assessora de Imprensa
Direção:	Av. Dr. Júlio Prestes S/N Caixa Postal 41 CEP: 12.570 - 970
Cidade:	Aparecida - SP
País:	Brasil
Teléfono:	+55-12-3104.1697
Fax:	+55-12-3104.1000
E-mail:	assimprensa@santuarionacional.com

Instituição:	Jornal "Santuário de Aparecida"
Nome:	Andresa Custódio
Cargo:	Jornalista
Direção:	Rua Pe. Claro Monteiro, 342 Centro CEP: 12.570 - 000
Cidade:	Aparecida - SP
País:	Brasil
Teléfono:	+55-12-3104.2019
Fax:	Idem
E-mail:	andresa@redemptor.com.br jornalsantuario@redemptor.com.br

Instituição:	CNBB
Nome:	Pe. Roberto Luiz Preczevski
Cargo:	Secretário Executivo do Dpto de Comunicação
Direção:	Rua Santana, 87 Jd Campo Grande
Cidade:	São Paulo CEP: 04676 - 110
País:	Brasil
Teléfono:	+55-11-5631.0553 comercial 5632.2533 residencial 8346.7448 celular
Fax:	+55-11-5631.2533
E-mail:	rlp68@terra.com.br

Instituição:	Rádio e TV Aparecida
Nome:	Eng. Alfonso Aurin Palacin
Cargo:	Consultor de Engenharia e Operação
Direção:	Avenida Jurua 150 06455 - 010 Alphaville - Barver
Cidade:	São Paulo
País:	Brasil
Teléfono:	+55-11-4193.3394
Fax:	+55-11-4689.0851
E-mail:	aaurin@uol.com.br

Instituição:	Arquidiocese de Aparecida
Nome:	Andréa Moroni
Cargo:	Assessora de Imprensa
Direção:	Rua Vereador Oswaldo Eladio, 71 CEP: 12.570 - 000
Cidade:	Aparecida - SP
País:	Brasil
Teléfono:	+55-12-3105.1055 / 2418
Fax:	
E-mail:	imprensa@arquidioceseaparecida.org.br

Instituição:	Centro de Estudos Culturais
Nome:	Gilberto Teixeira da Cunha
Cargo:	Webmaster
Direção:	Rua Figueira de Mello, 142
Cidade:	Petrópolis
País:	Brasil
Teléfono:	+55-24-2237.0878
Fax:	
E-mail:	gilbertocunha@vidacrista.org.br

Institución:	Conf. Episcopal Chile
Nombre:	Jaime Coiro Castro
Cargo:	Director de Comunicaciones y Prensa
Dirección:	Echaurren 4, Piso 6 Casilla 517 – V Correo 21
Ciudad:	Santiago
País:	Chile
Teléfono:	+56-2-672.1183 / 671.7733
Fax:	+56-2-698.1416
E-mail:	jcoiro@episcopado.cl

Institución:	CELAM
Nombre:	Mons. Héctor Gutiérrez
Cargo:	Miembro Departamento de Comunicación
Dirección:	Transversal 70 bis N° 77 – 60
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+57-1-437.0581
Fax:	+57-1-540.4998
E-mail:	hectorgp@etb.net.co

Institución:	Conf. Episcopal Costa Rica
Nombre:	P. Glenm Gómez Álvarez
Cargo:	Secretario Ejecutivo de Comunicación
Dirección:	
Ciudad:	San José
País:	Costa Rica
Teléfono:	+506-221.0400 / 813.5807
Fax:	+506-221.0400
E-mail:	padreglenm@costarricense.cr

Institución:	VeMultimedios
Nombre:	Pedro Pablo Quintero
Cargo:	Gerente
Dirección:	Av. Brasil 3029
Ciudad:	Lima
País:	Perú
Teléfono:	+51-1-461.9800
Fax:	+51-1-461.7153
E-mail:	pquintero@multimedios.org

Institución:	TV Aparecida
Nombre:	Pe. Luiz Cláudio Alves
Cargo:	
Dirección:	
Ciudad:	Aparecida
País:	Brasil
Teléfono:	
Fax:	
E-mail:	Pe.luizclaudio@tvaparecida.com.br

Institución:	CELAM
Nombre:	P. Jorge Luis Rodríguez
Cargo:	Secretario Ejecutivo Dpto. Comunicación
Dirección:	Carrera 5 N° 118 – 31
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+57-1-657.8330
Fax:	+57-1-612.1929
E-mail:	comunicación@celam.org rolocm@hotmail.com

Institución:	CELAM
Nombre:	P. David Gutiérrez
Cargo:	Director Oficina de Prensa
Dirección:	Carrera 5 N° 118 – 31
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+57-1-657.8330 / 612.1620
Fax:	+57-1-612.2919
E-mail:	Prensa_director@celam.org davigutierrez@hotmail.com

RENDICION DE CUENTAS SOBRE DEPOSITOS

DEPARTAMENTO: Oficina de Prensa

NOMBRE Y NUMERO DEL PROGRAMA: Reunión para la Formación del Equipo de Comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe Código N°

NOMBRE DEL ENCUENTRO El mismo

LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN: Aparecida, Brasil. 13 al 15 de junio de 2006

NUMERO DE PARTICIPANTES: 22 participantes TIPO DE CAMBIO: _____

CODIGO RECIBIDO	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	US\$ 6.600,00 US \$	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	\$ _____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	Otras mon. _____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	US\$ _____	_____	_____
TOTAL RECIBIDO	6.600,00 US \$	_____	_____

GASTOS	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
1) Pasajes + Impuestos (Cfr. lista)	1.335,62	_____	_____
2) Alojamiento y Alimentación	2.570,18	_____	_____
3) Otros Alimentación	_____	_____	_____
4) Honorarios profesores	1.100,00	_____	_____
5) Papelería y material	33,97	_____	_____
6) Comunicaciones, correo, fotocopias	117,05	_____	_____
7) Gastos de secretaría	100,00	_____	_____
8) Transporte terrestre	117,86	_____	_____
9) Recreación	_____	_____	_____
10) Tasas aeroportuarias	_____	_____	_____
11) Exceso de equipaje	_____	_____	_____
12) Varios	97,68	_____	_____
TOTAL EGRESOS	5.472,36 US \$	_____	_____

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
SALDO A MI FAVOR.....	_____	_____	_____
SALDO A FAVOR DE TESORERIA.....	1.127,64 US \$	_____	_____

Fecha: 21 de junio de 2006

Firma: _____

P. DAVID GUTIÉRREZ
Director Oficina de Prensa



REUNION FORMACION EQUIPO DE COMUNICACIÓN

Ponencias y presentaciones

- 1. Presentación Miradas (P. Hugo Ara, Bolivia)**
- 2. Políticas de Comunicación (Dra. Susana Nuin, Argentina)**
- 3. La Pastoral de los Medios (Lic. Javier Darío Restrepo, Colombia)**
- 4. Trabajo en Redes (Sr. Pedro Pablo Quintero, Perú)**
- 5. Reflexión sobre articulación de Trabajo entre Departamentos de Comunicación y Oficinas de Prensa (Lic. José Rivera, Bolivia)**
- 6. Presentación Plan de Comunicación VCG**



Puebla

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

- Los que estuvieron en Puebla comentaron que en la III Asamblea no se dio cobertura oportuna a la prensa, varios de ellos se infiltraron como teólogos.
- No hubo una política comunicacional.



Santo Domingo

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

- Con bastante anticipación, se congregó a profesionales de la comunicación de la Iglesia en América Latina para ayudar a preparar la información de la IV Asamblea.
- La coordinación de la IV Asamblea, no tuvo en cuenta las necesidades de infraestructura para la oficina de prensa, se tuvo que buscar muebles y tecnología de amigos en Santo Domingo.
- Faltó UNA POLÍTICA comunicacional consensuada entre el CELAM y el Vaticano.
- No se midió la repercusión de los reclamos sociales respecto a los 500 años de descubrimiento del continente, lo que hizo noticia, como la realidad política de Santo Domingo, en ese momento histórico.



IV Asamblea

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

- La ACREDITACION no fue ágil lo que provocó descontento. El control de seguridad es para la policía no para nosotros.
- La organización interna de la oficina de prensa fue improvisada, con profesionales que en su mayoría no participaron de la preparación de la IV.
- La oficina de prensa estaba físicamente dividida, lo que dificultó la coordinación y el conocimiento de las reales necesidades periodísticas de los profesionales de la información.



IV Asamblea

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

- El primer boletín fue duramente criticado porque según la prensa no se informaba nada y que no era profesional. Reclamaban también su traducción en otros idiomas.
- El equipo no se reunió por falta de tiempo ya que, los directores de comunicación, se dedicaron a atender a la prensa en el hotel, que estaba fuera de la sede oficial y de la oficina de prensa.
- Faltó una relación informativa entre lo que sucedía dentro de la asamblea y los temas propuestos en las ruedas de prensa; en las conferencias de prensa se hablaban de temas generales y la prensa necesitaba datos informativos concretos.
- Hubo ruedas de prensa cuyo contenido informativo giraba en torno a la temática de la IV asamblea. Los Obispos propuestos eran los que por su misión y su carisma personal hacían opinión pública.



V Asamblea

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

- Se hizo un servicio de relación entre los periodistas que solicitaban entrevistas y Obispos asambleístas.
- Corrientes más progresistas de la sociedad y también de la Iglesia tuvieron su propia oficina de prensa, lo que restó en su impacto informativo a la oficina oficial de prensa.
- Hubo un control muy celoso de los teólogos, por la experiencia de Puebla.
- Se hizo una imagen negativa por el hospedaje de los Obispos en hoteles de 5 estrellas.
- Las ruedas de prensa no tenían traducción simultánea. La prensa de lengua portuguesa, reclamó, así como los de lengua inglesa.



Nuevos Desafíos

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

Aparecida

- Saber qué ofertas reales tecnológicas tiene la sede en cuanto transmisión y realización.
- Ver los derechos de transmisión.
- Tener por escrito unas POLITICAS DE COMUNICACIÓN de la V y ser apropiados por todo el equipo especializado, como el equipo general de la ASAMBLEA.
- Tener portavoces preparados en los contenidos de la asamblea y el periodismo.
- Hacer memoria histórica visual y auditiva del evento.



Nuevos Desafíos

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

Aparecida

- Trabajar el concepto de GABINETE DE COMUNICACIÓN, que promueve corrientes positivas de opinión y también trabaja en equipo; no sólo relaciones públicas, es ante todo políticas, conceptos, estrategias y metas de comunicación.
- Terminar con los silencios que levantan rumores y aparentes secretismos que no hacen bien a la Iglesia. En el último cónclave se acompañó a los Cardenales hasta la capilla sextina. Se informó de las modalidades de elección de nuevo Papa etc...
- Saber de las corrientes de periodismo hoy en el continente. Uno crítico, un periodismo formado en Iglesia, otro superficial sensacionalista, otro de choque, es decir a través del enfrentamiento consigo cautivar audiencias.



Nuevos Desafíos

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

Aparecida

- Lo mismo al interior de la Iglesia en sus múltiples corrientes informativas.
- El entorno anticatólico puede empañar el tema del discipulado y la misión. Para hacer corrientes contra la Iglesia pueden levantar asuntos escandalosos que venden noticia y también las estrategias en contra de la Iglesia hoy.
- Firmar convenios con los medios que trabajarán con el equipo de producción de la V, para no repetir la experiencia de Santo Domingo.
- Hay que usar las tecnologías de hoy para distribuir las noticias que genere la asamblea -RIIAL-.



Nuevos Desafíos

MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

Aparecida

- No sólo hubo boletines de la prensa escrita, todos los días se elaboró informes para la radio y la televisión, subidos al satélite y transmitidos por la televisora estatal.
- Será interesante proponer debates o paneles organizados por la oficina de prensa. Hay que tener muy en cuenta el idioma.
- LAS CELEBRACIONES LITURGICAS FUERON UNA RIQUEZA EXTRAORDINARIA, por el horario no hacian noticia, se puede sugerir que los horarios sean más en función de la prensa.....o tener transmisiones a esa hora de la mañana.



MIRADAS

Santo Domingo: Informaciones y Comunicaciones

Muchas Gracias.



Políticas de Comunicación para la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Aparecida – Brasil 2006

INTRODUCCIÓN

Esta presentación tiene por objetivo hacer un aporte desde la comunicación y más específicamente desde el tema de las políticas comunicativas en la construcción de los procesos comunicativos, o bien como preferimos ordenarlos cuando decimos que todo proceso comunicativo construye políticas comunicativas.

Para eso seguimos el siguiente itinerario, primero aportamos algunos comentarios al documento de participación en los temas que nos parece que de alguna manera influyen en los procesos y en las políticas comunicativas. Después nos centramos en el hoy de la comunicación, conciente del reclamo que hoy emerge de la sociedad pero con un principio, que en realidad, es de hoy de siempre, como es el principio y la metodología dialógica.

Se presenta un breve aporte antropológico, porque nos damos cuenta que no hay diálogo sin una determinada antropología que lo considere en su especificidad.

Y finalmente algunos lineamientos de la espiritualidad de comunión a los efectos de dar sustento al tema desde una óptica de espiritualidad encarnada y comunitaria hoy tan sentida. Para una lectura teológica del tema sugerimos volver al documento del CELAM *Hacia una teología de la comunicación*.

Como el tema específico Políticas Comunicativas fue elegido para ser desarrollado en este encuentro en forma presencial no se desarrollo por escrito.

I. Comentarios al Documento de Participación

Documento de trabajo:

Hacia la V Conferencia del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Título:

Discípulos y misioneros de Jesucristo, para que nuestros pueblos en Él tengan vida. - Yo soy el Camino, la verdad y la Vida - (Jn14,6)

Introducción

Se valora la posibilidad de trabajo compartido que el Documento de participación, por su misma existencia, auspicia y favorece. Vamos a realizar algunos comentarios con el propósito de colaborar en el estudio del mismo. A partir de la visión de conjunto de los contenidos, vemos la propuesta de fondo del Documento y su enfoque: cual es su visión del mundo, del ser humano, de la Iglesia; en resumen, cuál es la teología subyacente, la espiritualidad y la lectura de la realidad. Lo que se pretende con este comentario es simplemente ayudar a reflexionar sobre los contenidos y poder enriquecer, entre todos, el Documento, lógicamente desde una mirada centrada en la comunicación

El orden de los contenidos y los enfoques metodológicos

La cuestión de lo metodológico no es un tema secundario. El enfoque, en cuanto “camino”, no es un mero instrumento al margen del producto final. Es revelador de una determinada cosmovisión, que incide directamente en los contenidos y, sobre todo, en el tipo de acción a la cual ellos apuntan.

El esquema del contenido del Documento de Participación

EL *Documento de Participación* presenta y ordena su contenido en cinco capítulos que conforman un todo a partir de ciertas opciones teológicas previas con respecto al mundo, al ser humano, a la Iglesia y a la concepción de Dios, en especial a la Cristología:

- 1°. El humano anhela la felicidad.
- 2°. La Iglesia en América Latina y el Caribe es fruto de la acogida a Jesucristo, que responde a este anhelo.
- 3°. El encuentro con Jesucristo lleva a ser discípulo y misionero.
- 4°. La misión, hoy, se desarrolla en un mundo en transformación (en dolores de parto).
5. Para “que, en Él, nuestros pueblos tengan vida” la Iglesia propone una ‘Gran Misión Continental’.

La lógica del *Documento*: primero y hoy más que nunca dada la anemia espiritual de nuestro tiempo, hay gran *sed* de sentido, por ello, la “irrupción de lo religioso” es una confirmación incontestable, segura. El sentido está estrechamente ligado a la pregunta sobre la felicidad, que, en el seno de la modernidad, y en gran medida, se traduce en el consumismo, el prestigio y hedonismo (Cap.I).

En el segundo capítulo, la Iglesia en América Latina y el Caribe tiene la respuesta a esta búsqueda de felicidad; respuesta recibida hace quinientos años, aún en medio de grandes contradicciones, que es Jesucristo y su evangelio. El “substrato católico” de nuestra cultura asegura ese encuentro con Jesucristo, proporcionado por tantos misioneros heroicos (Cap.II).

En el tercero vemos que, al igual que ayer, hoy es necesario tomar conciencia de que el encuentro con Jesucristo lleva a ser discípulo y misionero, es decir que la experiencia personal y comunitaria con Cristo vivo, el encuentro con él, lleva al hombre a convertirse en un misionero empeñado en que todos tengan esa misma experiencia, capaz de dar felicidad (Cap. III). Esa misión, en nuestro Continente, se desarrolla en un mundo marcado por transformaciones

profundas: por un lado, la globalización excluyente, que engendra excluidos y, por otro, el pluralismo, que engendra relativismo moral, especialmente en el orden de los valores morales (Cap. IV). Esas transformaciones, en gran medida, contradicen los ideales del Evangelio y alejan a los fieles de la Iglesia. Por eso es urgente que se convoque a todos los católicos para una “Gran Misión continental”, a fin de que nuestros pueblos tengan vida en Jesucristo (Cap. V).

La lógica de la argumentación es ésta: se parte de la sed de sentido, y se va a Jesucristo, que es la respuesta de la cual la Iglesia es depositaria; de la experiencia de Jesucristo en la Iglesia, nace el discipulado y la misión; ésta última será llevada a cabo, en forma de una gran misión continental, en un mundo que, en gran medida, es hostil a la Iglesia.

El procedimiento es deductivo en la medida en que la realidad aparece en el capítulo cuarto, y aparece como punto de llegada de la misión y no como punto de partida. Aparentemente, el punto de partida es el ser humano sediento de felicidad, al cual se hace referencia en el primer capítulo. Pero, en la medida en que ese ser humano no tiene rostro concreto, es tomado como categoría universal, el punto verdadero de partida es la “búsqueda de la felicidad”. ¿Pero, no sería la felicidad algo concreto? Sí, si los anhelos tuvieran una referencia concreta, pero son concebidos en forma genérica, caracterizados como hambre de amor y de justicia, de libertad y verdad, sed de contemplación, de belleza y de paz, ambición de plenitud humana, ansia por el hogar y por la fraternidad. Es desde allí que es visto Jesucristo, en cuanto respuesta para este anhelo y la propia Iglesia, en su ser y misión.

La Iglesia se hace presente en el segundo capítulo, antes que la realidad social, que se trata en el cuarto. Es importante que la Iglesia este dentro del mundo, formando parte del mundo, como lo afirma el Concilio Vaticano II (GS 40). Para la *Gaudium et Spes*, la identificación de los “designios de Dios” sobre la realidad y los consecuentes compromisos pastorales, brota de una lectura de “los signos de los tiempos” (GS 11). Consideramos importante que la realidad sea fuente creadora de ideas, dado que la historia, en cuanto lugar de la revelación de Dios, es un verdadero *locus theologicus*. La acción eclesial o la misión son respuestas que, para ser eficaces, dependen de la identificación previa de las preguntas.

Es importante que el método revele un misterio que sea continuamente profundizado. Es necesario recordar que es la Verdad (Jesús) la que posee a la Iglesia y la trasciende constantemente. Esto permite tener la mirada en el otro, en los otros como tales, más que en la Iglesia misma. Es necesario ver la realidad antropológica de la Iglesia e ir a la revelación cargados de preguntas por la realidad, de modo que la Palabra de Dios “sea salvación para nosotros hoy” como afirma *Dei Verbum*; encontrarse con Jesús de Nazareth, plenitud de la Revelación y novedad del Reino de Dios, en tanto es el Cristo Resucitado; y, finalmente, ponerse en actitud de servicio y diálogo con todas las personas de buena voluntad a través de una acción evangelizadora que contribuya a la edificación del Reino de Dios, el cual, en su dimensión histórica, se presenta como una nueva sociedad en América Latina y el Caribe..

Capítulo I: La antropología y la cristología del Documento

La antropología

El cambio antropológico operado en el Concilio Vaticano II significó, sobre todo, un diálogo con el hombre ateo, con el “no creyente”, con el hombre que se encuentran más allá de los muros de

la Iglesia. En *Medellín* se puso en evidencia lo que en el Vaticano II había permanecido inconcluso, “una Iglesia de los pobres, para ser la Iglesia de todos” (Juan XXIII). El *Documento de Participación* pone como punto de partida al “hombre-sin sentido” o más concretamente en búsqueda de la felicidad (n. 1). La felicidad es realmente una cuestión relevante para el ser humano actual. Sólo que es muy diferente lo que entiende por felicidad un rico o un pobre, por ejemplo, un “excluido” o un “incluido”. Parece que el ser humano del Documento es un sujeto rico, cansado y vacío, absorbido por la tecnología y el consumismo, en crisis de sentido, en crisis existencial. (n. 2). Para los pobres y excluidos, la crisis es de supervivencia y no de existencia.

El ser humano del Documento necesita rostro concreto, rostro de indio, de negro, de mujer, de trabajador, de desempleado, sin tierra y sin techo, niño/a etc. y su deseo de felicidad debe tener un objetivo palpable, como pan, casa, educación, trabajo, salud, acogida, etc. para no permanecer solo en la esencia, más que en la existencia.

No se puede perder de vista que el cambio de antropología, debe considerar al otro como una entidad concreta, y en relación con los otros, que implica constantemente y convierte.

La cristología

Se trata de intentar situar la obra salvadora de Jesús en el hoy de la realidad latinoamericana y caribeña, de relacionar su mensaje iluminador con las contradicciones que vivimos en nuestro contexto, y no, simplemente, afirmar la acción redentora en sí misma. Siguiendo el dinamismo del misterio de la Encarnación, no se puede dejar de relacionar a Cristo con Jesús, que prolonga su pasión en la historia, reflejada en tantos rostros desfigurados. El Evangelio contextualizado en nuestra realidad es Buena Noticia de un Jesús profeta, a favor de la justicia y la fraternidad, que vivió la solidaridad con las víctimas hasta el fin, hasta la muerte en cruz. La cruz es más que un medio, es la consecuencia de haber dado la vida por todos, pues el sufrimiento nunca puede ser justificado por sí mismo. Es importante descubrir permanentemente que Jesús vive en Su comunidad, allí donde dos o más están reunidos en su nombre (Mt 18,20), en la comunidad, en su Cuerpo, en Su Pueblo. Vive en medio de ellos, desde adentro, desde el corazón mismo de las comunidades, iluminando, generando y sosteniendo desde abajo y desde adentro la historia. Por lo tanto decir vive en la historia, es decir es un Dios cercano, que camina con cada mujer y hombre, con cada ser humano y con todos. No acompaña desde arriba, sino cerca de los demás, tampoco simplemente afuera, acompañando, vive la suerte de Sus comunidades. Y cuando señalamos que vive la historia de todos, estamos haciendo mención a su obra redentora que fue absolutamente para todos, cristianos o no, católicos o no, de otras Iglesias, de otras religiones, creyentes o no como lo señalará el Vaticano II haciendo mención a las semillas del Verbo presente en todas las culturas.

Es importante subrayar que ser discípulos de Jesús es decidir seguir al Maestro, el Maestro nos sitúa en una comunidad de aprendizaje de vida y reflexión, y Se dispone a vivir en esa comunidad de aprendizaje siendo luz, guía, de modo de poder en un aprendizaje continuo, vivir lo que María dijo en las bodas de Caná a los sirvientes: “hagan todo lo él les diga” (Jn 2, 1-5).

Capítulo II: La eclesiología del Documento

Es evidente que la Iglesia fue querida y fundada por Jesús, y nace, realmente, cuando los apóstoles inactivos se vuelven activos por la acción del Espíritu en Pentecostés. La Iglesia no es exterior ni anterior a la acción del Espíritu. La Tradición es la historia del Espíritu Santo en la historia de la Iglesia. La eclesiología del Vaticano II asume la dimensión contingente de la Iglesia en la precariedad del presente *ecclesiam semper reformanda* (UR 5; GS 40). Después del Concilio Vaticano II, es necesario comprender la Iglesia dentro del trinomio Iglesia-Reino-Mundo, porque son tres realidades que se interpenetran (LG 5; GS 40). La Iglesia existe para ser signo, testimonio e instrumento del Reino de Dios en el Mundo. Por lo mismo se subraya la necesidad de una eclesiología fundada en la comunión, que la haga capaz de dar testimonio no solo con las palabras sino con los hechos, y por lo tanto abierta y decidida a caminar al paso de Jesús que iba al encuentro de los que encontraba en su andar. Una Iglesia capaz de que salir al encuentro de cada hombre y cultura, de cada pueblo y creencia, sin temor sabiendo que el Reino es para todos, y todos estamos bajo el mismo cielo, todos somos hijos de un único Padre.

Capítulo III: La misionología del Documento

El término “misión”, en la cosmovisión tradicional, se inserta en un contexto eclesiocéntrico de la cristiandad, que concibe la salvación en la esfera estrictamente de la Iglesia. Ya el término “evangelización”, en la perspectiva de la *Evangelii Nuntiandi*, al ser relacionado con la promoción humana (EN 31), supera el carácter de cristiandad, precisamente al integrar, en el seno de la eclesiología, la categoría “Reino de Dios”. La “misión” debe llevarnos a comprender que la Salvación puede suceder fuera de la Iglesia, aunque no fuera de Jesucristo sino en la esfera del Reino que está más allá de la Iglesia misma¹. La misión debe tomar en cuenta que la Palabra, debe ser siempre acogida y leída en el interior de una tradición precedida por la experiencia de la misma, por el testimonio. Hay misión si la realiza el testimonio de los cristianos con la transmisión de la conversión y el obrar como fruto de vida y de amor de la comunidad. La misión se debe conectar con el Reino de Dios, que va más allá de la Iglesia y de quien ella es señal e instrumento. La evangelización en la perspectiva de la *Evangelii Nuntiandi*, abre la misión también a la inculturación (EM 63) o a la interculturalidad². En la evangelización se procede con el dinamismo de la inculturación, que se funda en el misterio de la Encarnación del Verbo, que, para redimir, asume. Una evangelización que no sea proceso de inculturación, no sería dialógica, y si no fuera dialógica, se impondría. Y evangelizar, es, antes que nada, no ignorar ni imponer, es en realidad mucho más es saber que las semillas del Verbo también se manifiestan en todos, por lo tanto es enriquecerse siempre de todos los hombres, y de todas las culturas..

Capítulo IV: La visión del mundo del Documento

Después del Concilio Vaticano II, se debe comprender a la Iglesia en el trinomio Iglesia-Reino-Mundo en tanto son tres realidades que se interpenetran. La Iglesia esta dentro del mundo siendo parte de él, existiendo para él. En el Documento, dos aspectos marcan la lectura de la realidad del mundo de hoy: la transición hacia una nueva época (nn. 144-111) y el fenómeno de la globalización (nn. 112-123). Hay una buena lectura de estos fenómenos. Es necesaria una actitud de servicio en la misión, búsqueda y diálogo en el seno de la sociedad pluralista, en la cual, los principios del evangelio sobre los cuales debe de estar asentada una sociedad plenamente humana, necesitan de mediaciones históricas para volverse realidad concreta.

¹ Recordar los textos de Juan Pablo II a los fieles de otras religiones.

² Como se desea llamar hoy al paradigma superador de la inculturación.

Se evidencia la necesidad de más margen para el dialogo, la interacción, el servicio, la búsqueda, con todas las personas de buena voluntad, de nuevas respuestas a los nuevos problemas. En relación a esto, la gran novedad del Vaticano II fue la aceptación de la historia en su radical ambigüedad, lugar de interpelación de Dios a través de los “signos de los tiempos”. La misión no debe concebirse como un “separar del mundo”; por el contrario, debe insertarse en él y recrearlo desde adentro, siguiendo el misterio de la Encarnación.

Capítulo V: La meta de la misión continental

La mayor motivación para una ‘gran misión continental’ (n. 173), debe ser el hecho de que un continente cristiano esté estructurado de un modo no cristiano, generando exclusión, opresión, hambre, injusticia, corrupción etc. e impidiendo que el Reino de Dios y su salvación acontezcan en la vida personal y social. El peligro es ubicar el motivo de preocupación en el decrecer del número de católicos (n. 155.) nunca es el número quien establece la calidad de la vida. Debe ser motivo de preocupación la calidad del cristianismo y no tanto la visibilidad de la Iglesia Católica³.

Para el Documento, la misión está orientada a “que todos tengan vida en él”: Jesús Cristo. La pregunta es ¿qué se entiende por “vida”? Vida “en el” no se da solo cuando hay una adhesión explícita a Jesucristo sino cuando se vive su vida, aun sin saberlo, pues, toda acción en el espíritu converge hacia Cristo. Es necesario que la salvación sea mejor articulada con: historia, nueva sociedad, promoción humana, realidades terrestres, etc., y, se de, subsiguientemente, conversión personal con conversión estructural, vida espiritual y vida temporal. La misión es entonces construir “cielos nuevos y tierras nuevas”.

A modo de conclusión

Es importante recuperar las intuiciones y ejes teológicos centrales del Concilio Vaticano II, y con ellas la rica “tradición latinoamericana”. De ahí ubicar la importancia de donde ubicar la realidad en la mirada de la misión.

Es necesario explicitar la relación intrínseca de la fe con la praxis liberadora para que la religión no esté predestinada a quedar relegada en la esfera privada de una espiritualidad intimista; tercero, testimoniar una religión transformadora, que implica una Iglesia viva y profética, con una articulación en el seno de la sociedad entre fe y vida, cristianismo y ciudadanía. Reavivar la opción preferencial por los pobres que sea desde donde se mira de forma profética. Concebir la liberación no como un mero sinónimo de desarrollo o promoción humana sino como salvación, como pasaje de “situaciones menos humanas a más humanas”.

EI DIÁLOGO:

CAMINANDO EN LAS HUELLAS DE JESÚS

³ La misión en si da margen para pensar que consiste en incorporar a todos a la Iglesia Católica (n.162).

II. El nuevo nombre de la comunicación

La comunicación posee hoy múltiples rostros. Gestionar situaciones, en las cuales, entran en juego manifestaciones muy distintas, contrastantes, hace necesario emprender un proceso de conciencia en relación a las implicancias comunicativas actuales. Se multiplican dentro de las sociedades de nuestro continente, en lo interno de los Estados y entre los Estados, entrecruzamiento de valores, de culturas originarias, de las culturas en general, de las religiones, de los pueblos y de las civilizaciones.

¿Como encontrar un punto de referencia que nos permita comunicar hoy; que nos permita desbloquear la comunicación?⁴ Frente a los fracasos comunicacionales que constelan la cotidianidad, se evidencia que la comunicación, no obstante su aparente naturalidad y simplicidad, es un *proceso* decididamente complejo⁵. Muchos son las tentativas que intentan dar respuesta a la demanda que genera hoy la comunicación. Se trata de un fatigoso camino emprendido no solo por lo estudiosos de la comunicación, sino también por antropólogos, sociólogos, psicólogos, investigadores y profesionales de otras disciplinas⁶.

Los conflictos comunicativos se manifiestan en distintos niveles y contextos, desde lo micro, a lo medio y macro; dentro y fuera de las sociedades e instituciones. Cuanto sucede a nivel micro social se reproduce en lo macro y viceversa. Conllevan la identificación y experiencia de los miles de pequeños desencuentros, manifiestos o enterrados, en los cuales las personas, los grupos, las instituciones, viven cada día.

Un creciente sentido de inseguridad y desorientación recorre el escenario de nuestro continente. Vivimos un tiempo de fenómenos contrastantes, que oscila paradójicamente entre extremos. Podemos preguntarnos, junto a muchos pensadores contemporáneos, si podremos conocer una era sin muros que nos separen, con puentes que se construyan continuamente entre las personas, los grupos y los pueblos⁷. Algunas preguntas serían: ¿cómo puede volverse compatible la igualdad con la libertad, la unidad con la pluralidad, o el derecho de las mayorías con aquel de las minorías?⁸

El diálogo: planteando como hipótesis una posible respuesta

Se afirma, que cada época, en la historia de la humanidad, elaboró una forma para resolver los conflictos, que estuviera en sintonía con las costumbres y creencias de ese momento⁹. Vivimos en una sociedad latinoamericana compleja no unívoca. Aún cuando pueda parecer paradójal, después de constatar las permanentes y abismales diferencias que atraviesan nuestro continente

⁴ ARAUJO, V., Seminario Internacional sobre Comunicación, 7.6.03, C. G., pag. 10.

⁵ LE MURA, G., Comunicar, Hijas de San Pablo, MI 1999, p. 154

⁶ Se encuentran teorías muchas veces carentes de practicas que las puedan sostener, y se ven muchos trabajos empíricos sin una formulación teórica. No se visualiza un enfoque que pueda armonizar las diversidades sin homogenizarlas, dando a cada una valor y espacio.

⁷ SIX, J.F., Dinámica de la mediación, Paidós Barcelona, Bs. As., México, 1997, p. 17.

⁸ HABERMAS, J., La soberanía popular como procedimiento", Letra Internacional, N° 15716; Madrid, 1989, p. 47.

⁹ FOUCAULT, M., La verdad y las formas jurídicas, Barcelona, Gedisa, 1978.

en distintas direcciones, podemos afirmar que nuestra época y nuestros pueblos están hechos para el diálogo, y lo anhelan, quizás, como nunca. Muchos son los indicadores, desde las ciencias sociales y desde la vida pastoral, que lo subrayan. Es sin lugar a dudas ese “nuevo” de la historia, del cual los pueblos advierten la necesidad, aún en medio de escenarios que parecerían querer afirmar lo contrario.

Cada comunidad, cada institución, cada estructura social, tiene necesidad de diálogo en su interior, siempre que las personas que la componen no sean consideradas pasivas ejecutoras de órdenes, ni individuos acorazados, en constante competición el uno contra el otro, sino sujetos libres y, al mismo tiempo, partícipes de un conjunto. Lo mismo vale en las relaciones entre los pueblos que componen la comunidad continental. Un diálogo como medio para tender puentes entre las partes en conflicto -afirma la socióloga brasileña Araujo- para anudar hilos desatados, para volver a encender la comunicación interrumpida, para re-avivar la interacción apagada¹⁰. Un diálogo cultural, entendiendo la cultura como el hábitat, el modo y estilo en el cual la persona y la comunidad viven la vida; y un diálogo al mismo tiempo intercultural, capaz de armonizar la unidad en la diversidad. Esa es una de las respuestas a los grandes desafíos de la comunicación hoy.

Para la cristiandad, y para la Iglesia en particular, el camino del diálogo es una novedad siempre antigua y siempre nueva.

La autenticidad de los orígenes

Para actuarlo, estamos obligados o a improvisar o bien a contar con los sólidos elementos presentes en las culturas históricas del continente. No obstante el cuadro de los enfrentamientos que suscitó el encuentro entre dos o más culturas, tal como se dio entre las culturas originarias y la cultura de los colonizadores; existe la certeza de que detrás de ambas líneas culturales, sea en las culturas originarias como en la europea, había tradiciones de antiguas civilizaciones dialógicas. Baggio afirma que: “Tomar conciencia de tener una raíz distinta puede ayudar, aún en los actuales conflictos”¹¹. Es un tema que deja la agenda comunicativa abierta a re-examinar los orígenes de nuestras civilizaciones para poder comprender siempre más como se encuentran en ellas elementos constitutivos que nacen en el diálogo. Esto significa que, dentro de cada mujer y hombre latinoamericano, el elemento del diálogo es esencial y constitutivo: podemos habernos alejado de esto, en las distintas etapas históricas, pero seremos nosotros mismos, en nuestras reales identidades, en la medida en que lo recuperemos.

Principio dialógico

El principio dialógico concibe la construcción de relaciones en la dimensión micro y macro de lo social como relaciones de reciprocidad que conducen a la comunión y a la unidad en la diversidad. Se revela particularmente importante para la comunicación constructora de cultura y

¹⁰ ARAUJO, V., Seminario Internacional sobre Comunicación, 7.6.03.

¹¹ BAGGIO, A. Ma. Delante de los conflictos. Las raíces del diálogo, CN, 18.10.2001.

de procesos sociales y pastorales, porque se funda en el relacionarse con el otro como sujeto, como protagonista, como partner.

Se trata de una experiencia, de una historia, de una cultura, de un actuar que implica autonomía, independencia, identidad e interdependencia. El diálogo prevé la superación real de la frecuente tentación del paternalismo, de la conquista, de la seducción doctrinaria o del asistencialismo¹², el cual- si bien en forma velada o del todo oculta por los más sabios artificios- aparece en el ejercicio de un poder anómalo y en la presunción de superioridad de uno sobre el otro¹³. Buber denuncia este riesgo cuando afirma: el hombre, aun cuando esta motivado por una fuerte compasión, puede permanecer esencialmente cerrado en si mismo. El se vuelva hacia el otro en la acción, con el servicio o el socorrer, pero las barreras del propio ser no caen; no le ofrece al otro la clave de si mismo; le da asistencia, pero, de hecho, no espera algún tipo de reciprocidad real, ni la desea de ninguna manera¹⁴. De aquí la importancia de evidenciar los fundamentos antropológicos, sociológicos, epistemológicos y espirituales; pilares sobre los cuales se constituye el dialogo. Como afirma Milán¹⁵, solo a partir de criterios éticos y existenciales, (...), es posible dar vida a esa autentica convivencia de las diferencias que hoy nos desafía, y a la cual estamos llamados.

El diálogo, un estilo de comunicación

El diálogo es un estilo de comunicación y en esta acepción, la comunicación es convivencia, encuentro, aceptación, manifestación de plenitud con el otro. El diálogo como estilo de comunicación se constituye como un acto intencional que se lleva acabo partiendo de la elección de una actitud, la cual puede calificar cada actividad y, al mismo tiempo, volverse un método para realizarla. Es apertura al otro, voluntad activa de recibir, de escuchar, de tratar de salir de si mismo para admitir el universo del otro. Dialogar realmente significa, de hecho, cuestionar el propio ser a través de la comunicación que proviene del interlocutor. A diferencia de un monólogo, el diálogo implica el poder ser cambiado en virtud del "proceso de comunicación" del diálogo mismo.

Zanghi, define el diálogo afirmando: "por diálogo entiendo la relación cumplida de mi sujeto con otro sujeto, dejándome recoger por el otro, me expreso en él en mi propia identidad"¹⁶. En la identidad la persona se afirma como distinta del otro, mientras en el diálogo se afirma en la propia unidad consigo misma. La identidad de si mismo se construye en la relación con el otro. A primera vista el diálogo es disponibilidad hacia los otros – teniendo presente que, cuando se habla de otros, se hace referencia a personas, grupos, instituciones, culturas, pueblos y religiones – y apertura a ellos, con la consecuente aceptación y reconocimiento de sus derechos a la diferencia con respecto a mi- de considerar la persona a todo tipo de comunidad-; en las raíces, el dialogo es

¹² CANEVARO, A., BALZARETTI, C., RIGON, G., *Pedagogia especial de la integración*, N.I. Firenze 1996, p. 308.

¹³ BUBER, M., *Il principio dialogico*, Ed. San Paolo, Milano, pp. 116-117, p. 86.

¹⁴ MILAN, G., *Abattere i muri costruire incontri*, Cleup, Padova 2002, p. 42.

¹⁵ ZANGHI, G., *Identità e dialogo*, Nuova Umanità, Roma, 1979, p. 7.

a los otros como constitutivo de mi mismo. Mi identidad, afirma Zanghi los contiene, trascendiéndolos¹⁷.

El proceso comunicativo en diálogo

El diálogo permite a los interlocutores incluirse como parte del proceso, y considerar la determinación que las acciones y las perspectivas de los participantes pueden tener sobre aquello que sucede. Freid Schnitman declara que es oportuno definir valores y parámetros que emergen en el proceso mismo y, sobretudo estar abiertos a la novedad y al redimensionarse necesario que surge de las nuevas alternativas, de la complejidad, de las fluctuaciones y de las oportunidades.¹⁸

Dialogar significa arriesgar, ponerse en juego superándose a si mismo, superando las propias seguridades y verdades, para permitir ser puesto en discusión por parte del otro y abrirse a cuanto el otro propone. Significa aceptar el riesgo de que la comunicación con el otro y del otro opere procesos de transformación en uno. Entonces, el verdadero diálogo no sería solo el intercambio entre dos conciencias, la comunicación de dos universos mentales, sería la construcción de un mundo nuevo de la interioridad¹⁹.

La apertura al otro y la aceptación de entrar en un itinerario que es constituido por un proceso, significa, para los protagonistas, un alto sentido de protagonismo y participación en cada situación humana, y, al mismo tiempo, significa el reconocimiento de la misma situación para quien es el correspondiente interlocutor. Esto revela una de las características mas genuinas como estilo de comunicación: que no admite manipulación en el proceso comunicativo y sitúa a los dos (o más) protagonistas en la misma condición.

Dialogar quiere decir exponerse al cambio

Es importante destacar que estas posibilidades no se dan en mayor medida como expresión de las características que cada uno lleva al diálogo en tanto persona, grupo, institución, etnia, pueblo o cultura, sino que es el diálogo mismo el que crea las condiciones de paridad, generadas por la esencia misma de la comunicación en el proceso del diálogo. Para el filósofo, teólogo y hombre de diálogo, Hemmerle, sólo si nos confrontamos los unos con los otros, exponiéndonos al cambio en el pensamiento y en la vida, se vuelve posible un camino interior y exterior que nos toca hasta el punto de que por el se transforma nuestro modo de hablar, de escuchar, de pensar y de vivir²⁰. La diversidad que debo superar para encontrarme, no es un espacio vacío, "son los otros"; por lo tanto sin los otros no seré jamás yo mismo.

En un proceso de diálogo donde se tiene como horizonte construir la unidad en la diversidad, emergen las diferencias, que, para seguir la línea de pensamiento de Hemmerle, no siempre son datos objetivos, sino que emergen como procesos relacionales, no inmóviles o definitivos, sino variables y transformables.

¹⁷ ZANGHI, G.Ma., *Identità e dialogo*, Nuova Umanità, Roma, 1979, p.7.

¹⁸ FRIED SCHNITMAN, D., *Nuevos paradigmas en la resolución de conflictos. Perspectivas y practicas*. Ed. Ediciones Granica., Buenos Aires – Argentina, 2000. p. 29

¹⁹ CARPENTIER, R., "L'échec de la communication", in in *Les hommes devant l'échec*, Paris 1968; cit. in Neher, op. cit., pp.61-62.

²⁰ HEMMERLE, K., *Partire dell'unità. La Trinità come stile di vita e di pensiero*, C.N., Roma, 1998, p. 18.

El diálogo esta extremadamente ligado al problema de la alteridad, no se puede ni presuponerla, ni negarla, ni ignorarla; se debe considerar al otro así como es, el otro en cuanto otro. La diversidad del otro no debe dar miedo, no puede intimidar o alejar de un auténtico dialogo. El otro no puede ser una amenaza sino un bien positivo. El diálogo permite participar y tender hacia el otro, formar parte del otro. Como afirma Gadamer, nosotros aprendemos a vivir uno con el otro²¹.

Es un proceso en el cual la verdad se ilumina en la experiencia del encuentro entre los partners, según una función de horizonte *Horizontsvermehlung*, descrita por Gadamer para explicar el proceso hermenéutico en la relación entre las tradiciones²². El diálogo es ese proceso de fusión de horizontes de individuos que logran una real unidad aun permaneciendo distintos²³.

La dimensión comunicativa lleva a centrar el proceso comunicativo en el diálogo en lo social y en su dinamismo, donde se da la elaboración de significados. La perspectiva comunicativa dialogica se basa sobre la co-creación y circulación de significados a través de la participación de y en la reciprocidad –comunidad entre los interlocutores. Fried Schnitman explica la comunicación como proceso formativo de mundos sociales que se apoyan en el lenguaje, pero que a la vez lo trascienden²⁴. Emergen los significados que los dialogantes atribuyen a la construcción cultural, que es la construcción del mundo, del propio mundo y de aquel del otro.

Silencio, escucha y palabra: claves del diálogo

Silencio, alteridad y diálogo constituyen una tríada fundamental y necesaria para cada relación humana y para un verdadero diálogo entre pueblos, culturas y religiones; esto solo se realiza en el auténtico encuentro con el otro, es esa fusión de horizontes que se hace posible en la reciproca escucha en el silencio. Tal silencio, si es autentico, es amor. Nuestro silencio no puede ser un silencio que calla, debe ser silencio que escucha, y, en su intimidad, manifiesta comprensión y amor por el otro, sea persona, grupo o institución. El silencio se vuelve el “lugar” de la reconciliación y de la justa relación; así lo subraya Picard: “Donde llega el silencio, el individuo no advierte ninguna oposición entre el y la comunidad, porque el individuo y la comunidad no son recíprocamente opuestos, pero ambos son opuestos al silencio y la diferencia entre individuo y comunidad disminuye frente al poder del silencio”²⁵.

Los momentos fundamentales del diálogo, según Neher, son las actitudes preparatorias a la apertura, a la comunicación, a la vida en diálogo y al amor. El diálogo supone una escucha auténtica y una escucha implica un auténtico silencio²⁶.

La condición ineludible de escucha es, de hecho, el silencio, y quien no calla mientras el otro habla, no esta en situación dialogal; se complace y se cierra en el monólogo cuya puerta cerrada exige ser traspasada por el diálogo.

En este proceso comunicativo la palabra del otro se vuelve en cierta forma también mi palabra. Yo participo, porque, escuchando, la dejo surgir, la libero. El estar frente al otro, para Hemmerle, es inhabitar en el, volviéndose ambos dos caras de una única realidad, en la cual,

²¹ GADAMER, H.G., La molteplicità d'Europa. Eredità e futuro, in AA.VV., Krali, Milano, 1988, p. 30.

²² GADAMER, H.G., Verità e metodo, Milano, 1988, pp. 336-357.

²³ CICHESSE, G., All'ascolto del silenzio. Dal silenzio al dialogo, Nuova Umanità, N° 2, 1994, pp. 67-88.

²⁴ FRIED SCHNITMAN, D., *Nuevos paradigmas en la resolución de conflictos. Perspectivas y practicas*. Ed. Ediciones Granica S.A., Buenos Aires – Argentina, 2000. p.p. 33-34

²⁵ PICARD, M., El mundo del silencio, Milano, 1951, p. 73.

²⁶ NEHER, A., El exilio de la palabra. Del silenzio biblico al silencio de Auschwitz, C. M., 1983, p. 61.

espontáneamente, también el partner o interlocutor participa de mi palabra, busca y se abre a mi, de manera que yo pueda decir mi palabra y abrirle mi ser²⁷.

La unidad en la diversidad es ¿diálogo realizado?

Para algunos autores, la unidad es el fruto del diálogo, es el diálogo consumado. Hasta que la unidad se vuelva la realidad de nuestra reciproca interacción, es necesario que los participantes del proceso comunicativo-dialógico estén decididos a realizar dentro de sí un vaciamiento, donándose totalmente por amor, de modo de lograr acoger en ese espacio “aparentemente vacío” la donación del otro. Dice Hemmerle: la libertad del amor, que se hace unidad con la libertad de amor del otro, se vuelve un espacio de vaciamiento, un espacio de disponibilidad, en el cual la libertad del interlocutor puede desplegarse, donarse, articularse.

Este tipo de diálogo crea una trama que genera líneas de políticas comunicativas con una enorme potencialidad para crear nuevos escenarios, nuevas relaciones sociales, pastorales y culturales, y poder ponerla en práctica en acciones específicas. Es un método que nace del respeto por y de los otros., se expresa con una gran multiplicidad de posibilidades. Coincidimos con Gamberini cuando afirma que el diálogo, mas allá de ser una actitud de amor cristiano, se impone como responsabilidad ineludible²⁸. Vivir a partir de la unidad que contiene la diversidad es una decisión nuestra, no en el sentido que nosotros debemos encargarnos externamente de un continuo diálogo reciproco, sino en el sentido de que nosotros debemos ser un diálogo permanente²⁹.

DIALOGO para la construcción de UNIDAD en la DIVERSIDAD

Introducción

Vamos a focalizar nuestra exposición sobre una matriz metodológica de dialogo donde se constata y verifica el proceso del mismo. El proceso de diálogo que desarrollaremos se compone de distintas *etapas o momentos*, cada uno de ellos bajo determinadas condiciones. Incorporamos los dos términos: etapas o momentos, porque nos parece que constituyen el proceso, que es dinámico, que interactúa constantemente, que es abierto: por lo tanto, la palabra “etapa”, expresa en parte un proceso, y la palabra “momento”, le agrega atributos que la enriquecen.

Cuando nos referimos al proceso de diálogo, y decimos “el otro”, estamos hablando de “la otra persona”, o “la otra comunidad”, o “el otro pueblo”, o “la otra cultura”³⁰; estamos proponiendo los tres niveles: micro, medio y macro de la sociología³¹. Ocurre como cuando se arroja una piedra en el agua y se forman círculos concéntricos que van de menor a mayor, ampliándose, esto es lo que en sociología se denomina el ir de la micro-sociología, a la sociología media y a la macro-sociología; o sea los tres niveles que mencionábamos. Nuestra propuesta de diálogo tiene un alcance testimonial en estos tres niveles: micro, medio y macro³².

²⁷ HEMMERLE, K., *Partire dell'unità. La Trinità come stile di vita e di pensiero*, C. N., Roma, 1998, p. 74.

²⁸ GAMBERINI, P.; MARTELLI, S.; BALDASSARE, P., *Multiculturalismo dialogico?*, Ed.Messaggero 2002.

²⁹ HEMMERLE, K., *Partire dell'unità. La Trinità come stile di vita e di pensiero*, C. N., Roma, 1998, p. 18.

³⁰ Nuin Núñez, S., *Analisi del discorso culturale e interculturale e la risoluzione dei Conflitti*, PUG, Roma, 2005.

³¹ Rocher, G., *Introduzione alla Sociologia Generale*, Varese, Italia, 1992.

³² No se trata de aquello que las ciencias de la comunicación y las ciencias sociales llaman “simulacros”³², para poder ejemplificar y expresar procesos que queremos explicar de alguna manera.. Se puede hacer un simulacro en

Desarrollo del proceso dialógico

La primera etapa o momento la titulamos: **todos**: ¿qué quiere decir? Diversidad e identidad de las personas, de las comunidades, de las instituciones, de los pueblos, de las culturas y las religiones. Cuando decimos como primera condición: **todos**, esto significa **igualdad de condiciones**, que no quiere decir igualdad de situaciones. Igualdad de condiciones quiere decir que todos pertenecemos a la misma familia humana³³, que todos tenemos en la misma medida la condición de seres humanos, de persona, que todos tenemos la misma dignidad y que conformamos la comunidad humana. Allí se da, como primer paso, lo que denominamos el conocer la identidad del otro. En realidad, en este primer paso, se habla de *conocer, reconocer y valorar* la identidad de todos. Quiere decir que la condición necesaria es reconocerse libres de cualquier discriminación, no es suficiente tolerar, tolerar es una actitud que nos permite adquirir ya un sentido de apertura que, con la post modernidad, se ha instalado como discurso y que cada vez se va volviendo más real. Reconocerse libres de cualquier discriminación exige una instancia más profunda, más audaz. Libres de cualquier discriminación para poder considerar y valorar a todos. Reconocerse partícipes de la comunidad humana constituida por **todos**, por hermanos. Es muy importante como elemento que nos permite reconocernos a todos como miembros de la entera comunidad de los seres humanos.

La primera etapa se funda sobre dos verbos: **conocer y reconocer** la identidad del otro; el otro entendido en sus distintos niveles, desde lo micro, lo medio y lo macro; el otro puede ser persona, puede ser comunidad, pueden ser pueblos.

Conocer es entrar en contacto, “saber ver”, acercarnos, obtener elementos que nos permitan conocer la identidad del otro. Esta etapa nos conduce a ejercitar una acción que nos invita a dar un paso más adelante que el solo conocer: se trata del **reconocer, reconocer** la identidad. La importancia de reconocer la identidad radica en el hecho de que yo no me limito a conocer Hoy, que la exclusión es pan cotidiano de nuestros tiempos, reconocer y valorar la identidad de todos, sin exclusión alguna, conlleva consecuencias muy significativas..

La propuesta que se está haciendo de diálogo, de proceso de diálogo en la resolución de conflictos, conlleva justamente valorar la identidad de los otros, sin exclusión alguna. **Todos**; todos los seres humanos, todas las comunidades culturales, religiosas, políticas, todos los pueblos. Esto encuentra su raíz antropológica, su raíz metafísica, aún para los no creyentes, en la visualización de la humanidad como **familia humana** y para los creyentes en el reconocernos todos como hijos de un mismo Padre: Dios.

En estas dos dimensiones encontramos esos conceptos que definen esta primera etapa: conocer y reconocer la identidad del otro,³⁴ de **todos**.

una clase, en un momento de lección, en un taller; pero el diálogo de la unidad en la diversidad trasciende el simulacro porque puede ser puesto en práctica y actuado en la cotidianidad del micro al macro. Este proceso con su capacidad comunicativa de resolución de conflictos y su eficacia al respecto se puede constatar en las etapas, los momentos y las condiciones de desarrollo del proceso comunicativo del diálogo. Se pueden elaborar hipótesis y respuestas a las hipótesis, además de extensas confrontaciones teóricas.

³³ Metáfora presente en el cristianismo y en muchas de las religiones.

³⁴ Condición de ser otro.

La segunda etapa o momento después de conocer la identidad del otro, y de reconocerla, considera que todos pueden hacer parte de un proceso de diálogo que sea capaz de comunicar. Este segundo momento propone un movimiento de *iniciativa* personal, o grupal, o institucional. Es una condición que crea un presupuesto de interés por el otro en situación, llama, motiva, invita **a tomar la iniciativa** de ir hacia el otro. Tomar la iniciativa es algo que nos está poniendo ante la realidad de que el diálogo es un proceso elegido; el diálogo contiene en sí una intención, que no es sólo una actitud, es una determinación, elegida libremente, de comenzar a desarrollar un proceso de diálogo. Se eligen dos elementos importantes al tomar la iniciativa de salir de los esquemas reinantes. El primero es el de no instalarse en una situación determinada, y el segundo, la capacidad de desinstalarse de la actitud defensiva con respecto al otro, cualquiera sea ese otro.

La construcción del diálogo y del proceso de dialogo implica el *compromiso de tomar la iniciativa*. El compromiso de tomar la iniciativa supone integrar el conocer y reconocer al otro, a la alteridad, y considerar que, por “ese otro”, me pongo en movimiento. Y quien decide empezar el diálogo de la unidad en la diversidad se compromete por medio de tres símbolos importantes. El símbolo³⁵ vital (conlleva la vida), el símbolo gestual (conlleva el gesto) y el símbolo conceptual (conlleva conceptos). Es algo que no sólo está fundado en la palabra, no sólo está fundado en los gestos, no sólo está fundado en los conceptos, sino que se manifiesta en un proceso de integración e interacción en lo que sería la vida concreta. Un filósofo africano habla de vitalización³⁶, o sea, de llevar a la praxis, de llevar a la vida, aquello que nos proponemos como objetivos de compromiso.

Quiere decir que, una vez que he conocido y reconocido la identidad de los otros, que asumo libremente entrar en el proceso de diálogo, *me comprometo a empezarlo, a darle inicio, y voy “hacia el otro”*. Por lo tanto, en esta segunda etapa, lo que se da es la realización de lo que podríamos llamar un acto motor, un primer acto del proceso de construcción dialógica, donde se integran el pensamiento y la acción.

La tercera etapa o momento, requiere de una acción introspectiva capaz de reconocer la valoración de sí mismo. Porque si no se tiene una valoración de sí mismo, si no existe una valoración de la propia persona, de la propia comunidad, del propio país, de la propia patria, de la propia etnia, no es posible pensar en la capacidad de reconocer otras identidades. Se requiere, como condición, valorar lo propio para valorar lo diverso: “el otro”.

En la tercera etapa o tercer momento los otros deben ser reconocidos y valorados con la misma medida con que valoro lo propio. El núcleo que define el estilo está en el *cómo*. El *cómo* quiere decir “cómo” debo reconocer y valorar: *cómo a mí mismo*. Por lo tanto, el cómo, establece la medida con la cual yo debo considerar la alteridad que esta ante mí.

Se parte de un símbolo común, denominado la “regla de oro”, a partir del cual se reconoce la realidad del otro, con la misma medida con la cual cada uno se reconoce y se *valora a si mismo*. La regla de oro, en esta dimensión dialógica, tiene una simbología transversal, que liga distintas entidades, las más variadas, desde las culturas y los pueblos, hasta las religiones. Es admirable la fuerza de la metáfora simbólica³⁷ de la regla de oro en la construcción comunitaria del dialogo.

³⁵ Cada cualidad, objeto o concepto vale por su significado.

³⁶ Nkafu Nkemnkia, M., *Il pensare africano come “vitalogia”*, C. N., Roma, 1997.

³⁷ Cirlot, J.E., *Diccionario de símbolos*, CL/4, Colombia, 1991.

“No hacer a los otros lo que no quisieras que los otros te hagan a ti”; este significado atraviesa a todos los interlocutores en diálogo. Este elemento que nosotros establecemos: *el cómo, la medida*, reúne la fuerza metafórica de lo que puede denominarse como regla de oro, que vale para todos.

El significado construido a través de la regla de oro, expresa un interés por el otro y simboliza la medida de relación y vínculo que debe relacionar a los actores del proceso comunicativo. Se trata de un juego de relaciones, donde “el otro” propone fijar la mirada sobre si mismo para, desde allí, comprender cual debe ser la calidad de la actitud que se pone en juego con el diálogo. Este momento del proceso es un momento altamente cualitativo.

La cuarta etapa o momento, la denominamos *situarse en la realidad del otro*. Y volvemos a evidenciar que “el otro” está tratado aquí en los tres niveles sociológicos: micro, mediano y macro. Situarse en la realidad del otro puede ser situarse en la realidad de otra persona, en la realidad del grupo de referencia, en las comunidades institucionales, en las instituciones, a nivel de una nación, o entre naciones, entre pueblos, entre razas, entre culturas, entre religiones. Se parte de una concepción donde la persona es el centro y se abre a una relación y a un vínculo donde es *persona en relación*.

Comprender con conciencia la situación de los otros, quiere decir lograr salir de nuestro propio universo para situarnos en la situación del otro. Disponibilidad para superar los propios parámetros para compartir la visión del otro, ¿qué quiere decir? Quiere decir que es necesaria una disponibilidad de quien se pone en camino en el proceso de diálogo para superar sus propios parámetros. Los parámetros propios son respetables y al mismo tiempo son relativos en relación a los parámetros de los otros. Son relativos porque, sin duda, son distintos a los de los otros, y es difícil poder visualizar la realidad de los otros a partir de nuestros parámetros. Se trata de reconocer que la presencia del otro, y la situación del otro nos pone en discusión. ¿Por qué? porque no siempre nosotros nos dejamos poner en discusión. Reconocer la presencia del otro quiere decir que el otro entra en relación conmigo; “el otro”, persona, institución o pueblo; y esa situación del otro me interpela, me interroga, me pone en discusión. En alguna medida me está comprometiendo. Entonces es necesario aceptar la necesidad del vaciamiento de los significados propios. Esta es una palabra que quizás es importante profundizarla: “vaciamiento”. Vaciamiento³⁸ no quiere decir ausencia de contenido propio, sino acto de donación del contenido propio a los efectos de poder crear el espacio interno y externo capaz de acoger la realidad del otro. Este movimiento nos permite *ir hacia la situación* de quien esta ante nosotros. Algunos autores hablan de “ponerse en la piel del otro”, sintiendo y pensando como lo hace el otro.

Por lo tanto, dentro de lo que sería la cuarta etapa o el cuarto momento del proceso de diálogo, encontramos algo que quizás es muy importante como condición: trasladarnos, situarnos en la realidad de significado de los otros, *para percibir como perciben los otros*.

Admitir, asumir y colaborar en la resolución de los conflictos comunicacionales, en esta cuarta condición, plantea la necesidad imperiosa del reconocimiento real y de la admisión del conflicto al situarse en la realidad del otro. Comprender que el conflicto forma parte de la existencia y de la convivencia humana es una clave fundamental del diálogo. Considerar como contenido de la construcción del proceso de diálogo las diversidades, los antagonismos y los conflictos, quiere

³⁸ Cambón, E., Trinidad modelo social, C. N., Roma, 1999.

decir reconocer la realidad de los otros en su auténtica situación³⁹. Se requiere, en esta etapa, la disponibilidad de superar los propios parámetros para compartir la visión y dimensión de los demás. De allí, decíamos antes, la importancia de reconocer a los otros, de comprometernos libremente, de comenzar un proceso en primera persona con los otros. Este reconocimiento, es importante, como afirma Geertz,⁴⁰ para que haya posibilidad de construcción, de multiculturalismo, de identidades multiculturales. Compartir el significado en el situarse en el otro, sea persona o comunidad, del micro al mediano y macro, quiere decir **construir con el otro, construir desde el otro**; esto es muy importante para quien quiere desarrollar una actividad política o de carácter social o cultural, porque, muchas veces, la construcción que se desea realizar, que se sueña, que se piensa, es una construcción concebida a partir de nuestros significados, a partir de nuestra propia percepción de la realidad. Poder construir con el otro, en cambio, quiere decir que no se excluye nada ni nadie, quiere decir que se esta integrando en la diversidad de identidades. Construir desde la situación del otro quiere decir que estoy teniéndolo como interlocutor para establecer parámetros, para establecer criterios, para establecer líneas, para establecer todo lo que puede ser el diseño de un trabajo conjunto. De este modo puedo diseñar e incorporar diagnósticos responsables y conocedores de las realidades.

Itinerario de conocimiento y resolución del conflicto

En el proceso comunicativo se da un itinerario de reconocimiento del rol, del papel, de la importancia que tiene el conflicto en el proceso comunicativo del diálogo.

Primero, estamos hablando de identificar los significados reales del conflicto y para esto el paso primordial **es denominarlo**. El conflicto tiene un nombre, y ese nombre tiene que ser descubierto, tiene que ser nombrado. ¿Por qué? porque el poder denominar el conflicto nos permite identificarlo. **Identificarlo y denominarlo** quiere decir **visualizarlo y diagnosticarlo, asumir los significados** que emergen del conflicto. Todo conflicto **proyecta, emana, transmite significados**. Poder comprender los significados del conflicto es muy importante para poder asumirlos, y es muy importante compartir los significados que se manifiestan en el conflicto y en la resolución del mismo. Considerar que la resolución del conflicto es también una nueva etapa de las vinculaciones; es decir, una vez que se ha identificado el conflicto, que se asumió y se comparten los significados, es indispensable constatar – y se constata como una lógica consecuencia – que se trata de una nueva etapa en las vinculaciones, con nuevas posibilidades. Es decir que el conflicto no es un punto de llegada, no es tampoco un punto de permanencia, el conflicto es un punto de **reconocimiento. Es un punto para gestar la asunción del mismo, es un punto de convergencia y un punto de superación.**

La quinta etapa o momento es el reconocerse en la **dinámica de la reciprocidad**. No basta conocerse en la reciprocidad, es necesario **reconocerse en un proceso de reciprocidad**, en una dinámica de reciprocidad. Esto exige disponibilidad activa y creativa. ¿Qué quiere decir que exige disponibilidad activa y creativa? Que es un proceso que llama a una actitud de inclusión, a una actitud de intencionalidad, a una actitud de elección libre, a una actitud de compromiso personal y a una actitud de resolución de conflicto. Exige utilizar toda la creatividad y todo el potencial de nuestras personas, comunidades, países, naciones, religiones, culturas – micro,

³⁹ No en aquello que nosotros imaginamos, suponemos, pensamos, o definimos por los otros.

⁴⁰ Geertz, C., *Mundo globale, mondi locali. Cultura e politica alla fine del ventesimo secolo*, il Mulino, Bologna 1995.

mediano, macro – para poder actuar la comunicación y reconocer que, en la reciprocidad, se pasa a una dimensión comunitaria. El acto por el cual se genera la reciprocidad y en el cual yo estoy ya en un círculo de reciprocidad, generando constantemente una dinámica de reciprocidad, ya es una dimensión comunitaria. Como afirmaría Buber, donde⁴¹ está el yo y el tú, el *yo-tú* está interactuando.

Reconocer y verificar en la libertad que la independencia se realiza en plenitud en la interdependencia, y que se va actuando una reciprocidad que va creando la dinámica del *nosotros*; interactuar con los otros con un significado común, en un acto constante de reciprocidad, es reconocer que la reciprocidad se actúa en la construcción comunitaria de las distintas etapas. Este es un elemento fundamental en el proceso de diálogo a través del cual se llega a lo que denominaríamos la construcción de la reciprocidad, cuando el significado se construye entre todos, y podemos constatar un ritmo constante en el “*modelarse*” entre las partes en diálogo.

¿Qué quiere decir un ritmo que “modela” o “esculpe” las partes en el diálogo? Quiere decir que las partes, entrando en diálogo y entrando en una dinámica de reciprocidad, adquieren un ritmo que es constante.

La reciprocidad actúa como modeladora de cada una de las partes que están en el diálogo y esto lo podemos constatar desde el momento en que requiere a las partes: reconocimiento, compromiso, auto-compromiso, libre elección, vaciamiento, situarse en el lugar del otro, en la piel del otro. Por lo tanto, hay un modelarse de las partes en diálogo que re-significa inmediatamente los códigos de la comunicación y establece códigos nuevos.

El proceso de comunicación del diálogo de la unidad en la diversidad no es un círculo cerrado, -aún si el círculo podría parecer una figura completa, para determinar y significar el proceso comunicativo -es un círculo abierto. El proceso de comunicación es una constante donde las partes interactúan en una superación constante y donde la superación les permite trascenderse a las partes que comunican, con una nueva creatividad, una nueva idea, una nueva realidad en relación a la propuesta inicial.

Un elemento clave del proceso dialógico, es el *pacto o alianza entre las partes, un pacto recíproco*. El pacto recíproco es un compromiso de amor personal y comunitario. Es la *declaración y la disponibilidad de dar todo de sí*, hasta *dar la vida* si fuese necesario, como valor supremo. Esa es la base del *cómo* – del cual hablábamos – como modelo de diálogo. El pacto es una alianza, pacto y alianza son dos elementos simbólicos que constituyen un fundamento de una misma realidad, el amor recíproco, sobre el cual se apoya el edificio del diálogo.

La sexta y última etapa o momento, es reconocerse distintos y constructores conjuntos de la unidad en la diversidad. La *diversidad* no es solo un elemento constitutivo de la unidad, es la riqueza de la unidad, y es una condición para la unidad. En la concepción de la unidad que contiene y compone las diversidades, se comprenden *los opuestos* como expresión máxima de tensión pero también como aporte máximo de construcción.

⁴¹ Donà, M., El Uno, y los múltiples. C. N., Buenos Aires, 2001.

El proceso de diálogo que considera *lo distinto y los opuestos* como elementos constitutivos de la unidad, nos lleva a salir de la concepción por la cual muchas veces nos parece que las diferencias no pueden ser contenidas en la unidad, o bien que los opuestos no pueden convivir entre sí. La unidad se construye conjuntamente si hay determinación, por parte de los actores del diálogo, con una elección libre, decidida, de compromiso y participación.

El “*nosotros*”⁴² que emerge de la unidad en la diversidad, potencia y promueve a cada una de las partes en una nueva realidad constitutiva. Ellas se encuentran trascendidas por una construcción conjunta de pensamiento y acción. Para algunos autores se trata de un verdadero “*alumbramiento*”, pues esa unidad no es monolítica, ni homogénea sino que expresa “*algo nuevo*” que trasciende las partes. A su vez esa nueva realidad que surge y se manifiesta en el alumbramiento conjunto de las diferencias vividas en la comunión y en la reciprocidad de las partes, genera nuevos significados que trascienden las partes inter-actuales.

Conclusión

El proceso de diálogo desarrollado hasta aquí, a través de las seis etapas o momentos, y sus condiciones, está dentro de lo que denominaríamos el *arte de amar*⁴³, del *arte de dialogar*. Es un proceso de diálogo que permite verificarse en las prácticas sociales, por su propio sistema, por evaluaciones con metodología, por evaluaciones ad hoc y en lugares específicos. La secuencia de etapas o momentos puede intercambiarse, es dinámica y constante. Cada etapa o momento contiene y desarrolla las demás etapas y momentos.

III. ¿Qué antropología para la cultura de diálogo?

Las estructuras sociales no logran garantizar el desarrollo armónico de nuestros pueblos. La ausencia de modelos sociales revela la crisis de la comprensión de la persona humana en su constitutiva relación con la sociedad. Es necesario rever los modelos antropológicos sobre los que construimos la convivencia. No basta la formulación explícita de un hombre relacional, que crea vínculos, constructor de su proyecto de vida en el corazón de las relaciones sociales. Tenemos el deber de explorar el modo de darle fundamentos a la persona, en las condiciones de la historicidad humana. La fragilidad de los vínculos sociales, la marcada tendencia al individualismo, el crecimiento de la exclusión, las escandalosas diferencias sociales y la competitividad como forma de vida en sociedad, nos lo reclaman imperiosamente.

A partir de la experiencia cristiana, así como nos es revelada por los Evangelios y en la tradición hebreo-cristiana, la noción de persona se manifiesta en una dimensión de apertura y relacional constitutiva.

La conquista antropológica del cristianismo es la idea de persona entendida como prójimo, es decir, como persona en reciprocidad. Nos parece que hasta ahora, en el discurso sobre la persona, se ha privilegiado el concepto de individuo (sustancia- subsistencia) más que el de ser humano en reciprocidad, dejando de esta forma en la sombra el carácter relacional del hombre. Esto puede

⁴² Nuin, S., *Diálogo Cultural de la Unidad en la Diversidad*, PUG, Roma, 2004.

⁴³ Planteado por E. Fromm como necesidad psicológica del hombre moderno, y desarrollado en su teoría y praxis por C. Lubich.

revertirse en la medida en que volvamos a considerar al otro como prójimo. El carácter relacional, en cada caso, no debilita la subsistencia del individuo en su humanidad propia: también el feto y el discapacitado son hombres y personas del principio al fin.

Que el gesto de hacerse prójimo venga del samaritano nos hace reflexionar. Él no es un hombre religioso y su gesto no es religioso, sino más bien humano, plenamente humano. Este hecho garantiza la naturaleza laica y universal del cuidado por el otro. El samaritano no sólo reconoce al otro como prójimo, sino que se pone a servirlo en su necesidad del momento: él es, justamente, hombre-con-el hombre. El tomar a su cuidado al otro, a cada otro, a partir de aquel que nos está más cerca y nos pasa al lado, es expresión de humanidad e instrumento fundamental de humanización.

Volver a pensar al hombre y sus relaciones

¿Quizá la fractura entre Evangelio y cultura que tenemos ante nuestros ojos, más viva y terrible que nunca, tenga su origen en esta fractura entre pensamiento como búsqueda autónomo y realidad de “el otro en cuanto otro”? Es necesario repensar al hombre y a las teorías antropológicas en el contexto cultural. De esta cultura, como ambiente vital del hombre, no podemos prescindir. Una antropología filosófica completa exige volver a pensar al hombre en su relación primaria con su propia cultura y en el diálogo con las otras culturas. Esto significa volver a pensar la relación del hombre con la historia y con la sociedad. El otro hombre es el tú de mi, que a su vez presupone un *nosotros* originario y significativo sin el cual el yo y el tú son solamente mónadas perdidas en el universo de lo efímero. Yo soy siempre, originariamente, yo-con otros. Para nosotros, la única posibilidad de encuentro y de relación recíproca está dada en la hipótesis de un *nosotros* originario⁴⁴.

La novedad cristiana consiste puntualmente en la *fraternidad universal* como dato ontológico necesario, que surge y deriva del único origen divino que mancomuna a todo el género humano en la dimensión creatural. Las etnias, los pueblos, las naciones, *todos* son considerados bajo la única realidad: la *filiación divina*. Esta idea es perfeccionada y llevada a su plenitud con la venida de Jesucristo. En la *Encarnación*; Dios se ha hecho *hombre* en la persona de Jesús, asumiendo la dimensión creatural. En este acto él manifiesta no sólo la *solidaridad* con el hombre, que se expresa concretamente en la asunción de la naturaleza humana, sino también el llamado a un nuevo tipo de relaciones y a un nuevo modo de amar, amor de donación y valoración: *el ágape*. Es “el ser *en Cristo*” paulino, con sus importantes implicaciones antropológicas: “No existe más judío ni griego; no existe más esclavo ni libre; no existe más hombre o mujer, por que todos ustedes son uno en Cristo Jesús” (Gal 3,28); “No hay distinción entre judío y griego, pues uno sólo es el Señor de todos, rico para los que lo invocan” (Rm. 10,12).

⁴⁴ Para el pensador cristiano esto es una realidad, acogida y hecha posible en el acto creador y en el consecuente despertar de la constitución ontológica de la realidad (acto de ser) en el cual Dios crea a la humanidad: todos los hombres son criaturas de Dios. Él expresa y reivindica ante ellos su paternidad, revelada por Cristo. En consecuencia la superación de las diferencias naturales, étnicas, culturales, sexuales, es posible realizando aquella unidad en Cristo (universal concreto), que pone fin a la separación de los hombre sobre esta tierra.

Un itinerario sin regreso: del yo – tu al nosotros

La idea de persona en sentido filosófico y religioso es un dato irrenunciable de la historia y del pensamiento humano, una adquisición que marca un hito insoslayable desde el punto de vista de la humanización del hombre; la noción de dignidad humana que ella determina, ha revolucionado las relaciones sociales, el derecho, la ética, la política y ciertamente influiría aún más si fuera aplicada con coherencia radical por la mayor parte de los cristianos y de los hombres de buena voluntad. En tal sentido se debe considerar que: “El otro como tal pertenece sin duda a la esfera de lo que no me es propio; pero, antes de ser para mí “otro”, antes, por lo tanto, de ser tú delante de mí yo, él y yo hemos comenzado siendo *nosotros*”.

El cristianismo ha elaborado el concepto de persona y nos ha indicado un nuevo camino, revelándonos al otro como prójimo. La alteridad, en el plano antropológico, no es contradicción, en todo caso es oposición, pero oposición reveladora: el otro es aquel que nos revela a nosotros mismos como nosotros; y nosotros, en cuanto otros de los otros, cumplimos la misma función frente a ellos. El otro es mi correctivo antropológico, aquel que, en su humanidad, marca mis confines, mis límites, ayudándome a definirme como hombre. Nuestra tensión hacia el otro es posible como “hacerse prójimo” en términos laicos, como un aproximarse.

En la relacionalidad y reciprocidad personal se descubre una dimensión originaria que compromete y estimula a ser “hombres de la historia”. De esta dimensión no podemos prescindir si queremos instituir relaciones humanas auténticas y duraderas. De este nuevo planteo, que exige una perspectiva heterocéntrica-relacional, depende la posibilidad, en contraposición a la tremenda deshumanización existente, de continuar siendo hombres que realizan siempre más su humanidad en el espacio de lo intersubjetivo, de ese mundo humano que nos pertenece en la medida en la cual nos aleja de nuestro ego, construyéndonos continuamente en el encuentro⁴⁵.

Se puede entrever desde ahora las etapas fundamentales: reconocimiento, conocimiento, comprensión recíproca. Es necesario reconocer al otro en su humanidad en cuanto hombre y en cuanto persona en reciprocidad; conocerlo de manera adecuada, sin prejuicios, aceptando su diversidad y su novedad; abrazarlo auténtica y profundamente, entrando en diálogo y en comunión con él en un proceso “infinito” de recíproca comprensión. Es necesario también repensar las relaciones personales con el otro en clave personalista, a través de categorías personalistas de pensamiento, para llegar a pensar (o repensar) la alteridad en clave de proximidad. Es necesario hoy repensar la alteridad de manera nueva y radical, aceptando coherentemente todos los desafíos.

Entonces, realmente, el otro distinto de mí deviene otro de mí, en el sentido de una recíproca co-pertenencia. A este propósito puede servir de estímulo la máxima evangélica que expresa la medida más grande del respeto y del cuidado del otro a través del compromiso activo del dar la vida: “Nadie tiene un amor más grande que este: dar la propia vida por los amigos” (Jn 15,13). Este es, probablemente, un camino privilegiado de convivencia que, vivido en reciprocidad, se vuelve necesario para garantizar el futuro de la humanidad en general y de América Latina y el

⁴⁵ CICCHESE, G., Los itinerarios del Otro. Antropología, para una reformulación en clave heterocéntrica relacional y personalista, CEDSI J.P. II, Bs.As. Diciembre 2005.

Caribe en particular. La estabilidad de la relación está garantizada por la dimensión oblativa del ágape.

El ágape, desde el punto de vista antropológico es la reciprocidad del don de sí: el “donar donándose.” Es decir, el amor concreto por el otro como apertura, comprensión y aliento recíproco. Esto constituye la garantía de una relación nueva y duradera. Un planteo correcto del tema de la alteridad exige, desde el punto de vista antropológico y ético, la solidaridad entre los hombres, la comunión concreta espiritual y material, el compartir entre los pueblos.

¿Cómo se puede entrar en relación con los otros de manera más auténtica y profunda? La humanidad de Jesús revela la concreción histórica y sustancial de su *Persona*: él no es una apariencia, sino la *real presencia de Dios*, hombre entre los hombres, “Y el verbo se hizo carne y vino a habitar entre nosotros” (Jn 1-14). “En Cristo vive, corporalmente, toda la plenitud de la divinidad” (Col.1, 2,9) En su carne, él asume la naturaleza humana y la redime, ofreciendo su vida “por todos”. Su divinidad se expresa en este acto ontológico, universal y definitivo que se manifiesta en el misterio pascual como don de salvación ofrecido también a quien no cree o tiene otra fe. Cada hombre se realiza en la relación auténtica con el otro hombre. Cuanto más se ensancha la rosa de las relaciones y más se profundiza en lo vivo de cada uno, más el hombre deviene sí mismo. El hombre en comunión con el otro, con todos: esta es la humanidad!⁴⁶

Las relaciones en perspectiva trinitaria

Solo el amor nos abre el universo sin confines del *nosotros*. En la medida en la cual el accionar esta condicionado por intereses, desaparece la dimensión de la reciprocidad, la forma de tratar es desigual: sujeto-objeto. La gratuidad es, en esencia, disponibilidad de sí al acoger al otro. Es más, lo reconoce en esos aspectos o posibilidades que, sin una mirada de amor, no podrían ni aparecer.

El anuncio evangélico hizo emerger un modelo que no es abstracto, o espiritualista, sino concreto, vital: el modelo trinitario como mutua inhabitación, pericorensis, unidad en la diversidad. El hombre, a imagen de Dios, es invitado a confrontarse con ese modelo en las relaciones interpersonales. Cristo hace posible esta realidad en su persona, en la cual se realiza el darse trinitario. En el misterio pascual, en la kenosis de la cruz, se revela la divinidad del ágape que Cristo consigna al hombre. La concretización de ese ágape, don que la Trinidad puso en el corazón de la historia, debe manifestarse en todas las relaciones humanas. Desde esta perspectiva experiencial, central de nuestra fe, podemos considerar la persona como *ser en comunión*.

La novedad teológica del cristianismo ofrece un “plus” antropológico, un suplemento de humanidad, sea tanto en clave personal como en sentido comunitario, como estilo de vida social que pondrá de manifiesto el modelo de hombre pre-anunciado en el Evangelio. Y el cristianismo lo expresa antropológicamente como amor universal, capaz de encarnarse en la historia con cada prójimo y en la reciprocidad de los vínculos de fraternidad. El modelo trinitario esta para responder los desafíos con una nueva imagen de Dios⁴⁷. Es bien distinta la dimensión de Dios aquí presentada a la de la modernidad, iconos que exigen el sacrificio de grandes poblaciones, el sufrimiento de los pobres para poder mantener su poder.

⁴⁶ ZANGHI, J. Ma. Un compromiso renovado, en “Nueva Humanidad”, XVII (1995), 5, Págs. 4-5).

⁴⁷ BINGEMER, I. Ma. C., Solidaridad Misterio Humano-Divino, UCSF-CEDSI J.P.II Santa Fe Argentina, 16.5.2006.

Una propuesta antropológica capaz de fundar el diálogo en forma solvente, en su esencia misma, en su estilo de relacionalidad y en su capacidad de establecer en la comunión la dinámica de unidad en la diversidad, debe estar basada en el constante movimiento del donarse para generar reciprocidad. El diálogo de la unidad en la diversidad, es un proceso comunicativo que se funda en la antropología heterocéntrica relacional.

IV. Espiritualidad de comunión y experiencia comunicativa

La palabra espiritualidad es una de las palabras más utilizadas⁴⁸, lo cual subraya una cierta preferencia dentro del universo de la religiosidad, adjuntamos una página donde distintos autores especializados evidencian el significado que se le da a la Espiritualidad hoy.

En la espiritualidad de comunión que surge en el fermento del Vaticano II toma consistencia la *relación* como tal, vivida en la dimensión del ágape. El cristianismo es una experiencia religiosa intensa, signada por los procesos relacionales interpersonales. Todas las metáforas de la relación con Dios se expresan en términos de relación muy íntima: Dios como Padre y nosotros como sus hijos y hermanos de Jesucristo.⁴⁹ La relación es, por lo tanto, el ser central; en la relación emerge la verdadera identidad, que es el amor. Si la relación es el verdadero ser, la dimensión comunicativa de la espiritualidad se manifiesta siempre más constitutiva de cada tipo de relación.

En la espiritualidad comunitaria, el hermano no es instrumentalizado, no se vuelve una mina para explotar u oprimir o bien algo que se puede olvidar y postergar. Este es un aspecto central de la concepción comunicativa de la espiritualidad de comunión: En el hermano me comunico con Jesús, como real posibilidad de alimentarme de Dios. Dios, que es distinto del hermano, pero está en el hermano. Y esto significa donarse: pensar el hermano, viviéndolo; comunicar con el hermano, con Dios en el hermano, viviendo con él su vida. La Espiritualidad de comunión es vivida en el amor fraterno: la vida de unidad, de hecho, tiene su fundamento en la realidad misma del Dios revelado en Jesús, Misterio de Comunión dado a la humanidad, y posee estas características porque vive del don del Ágape, la vida misma de Dios comunicada⁵⁰. En la comunicación trinitaria, si sustituimos el término “comunión” con “comunicación”, se evidencia la dimensión comunicativa del misterio trinitario, se manifiesta plenamente evidente⁵¹.

Por lo tanto la espiritualidad de comunión actualiza la eclesiología de comunión

Dos pilares de la espiritualidad de comunión

Espiritualidad de comunión y Trinidad

⁴⁸ Se adjunta una Pág. sobre el significado de la espiritualidad vista por distintos autores.

⁴⁹ WHITE, R., *El cristianismo una religión de relaciones interpersonales*, La Crujía, Buenos Aires, 2000.

⁵⁰ ROSSE, G., La “Spiritualità di Comunione” nella luce di Paolo, “Nuova Umanità” XVIII (1996) 5, 535-543.

⁵¹ VANDELEENE, M., *La novità della spiritualità comunitaria*, cit., p. 80.

La espiritualidad de comunión encuentra sus raíces y el fundamento de su actuar en la reciprocidad vivida en la intimidad divina de la Trinidad, en la reciprocidad de los Tres. El Espíritu Santo es el vínculo de unidad entre el Padre y el Hijo. Y es este mismo amor el que se nos da a nosotros. El mismo Espíritu Santo realiza este milagro entre los seres humanos, creando comunidad. La relación entre el Padre y el Hijo no se desarrolla en un círculo cerrado; en el Hijo encarnado, la relación se abrió a toda la humanidad sin exclusión de nadie. Se abrió en la auto-comunicación de Dios al hombre. La mujer y el hombre son invitados a conocer a Dios, entrando en la dinámica de amor de la relación, relación que en su dinamismo actúa la comunicación como realidad central y constitutiva. La revelación que Jesús trajo a la tierra se identifica, no con la comunicación de “alguna verdad”, sino con una comunicación plena, se comunica si mismo en su relación con el Padre. Además invita al ser humano a entrar en la intimidad de Su relación con el Padre.

La centralidad de la comunicación en la espiritualidad de comunión, constituye el proyecto comunitario. En esta línea de espiritualidad, la dimensión comunitaria esta marcada por dos palabras claves: comunión-comunicación.

Este elemento constitutivo de la espiritualidad de comunión aparece como algo nuevo en la historia de la Iglesia. En ella se da la espiritualidad centrada en la inhabitación trinitaria, pero siempre a nivel individual, no se expresa en los autores como conciencia de una comunión de personas que participan de la misma gracia; no se llega a decir: si la Trinidad esta en mi y en ti, entonces la Trinidad vive en medio de la comunidad, esta relación es la Trinidad que vive en nosotros.

El cristianismo es una religión predominantemente de comunicación, porque Dios en su esencia interior, es misterio de comunicación. Por lo tanto, toda la historia de la salvación puede ser considerada como la historia de la autocomunicación de Dios. De la comunicación en el corazón de la Trinidad, Dios se abre a sus criaturas. Dios crea a la mujer y al hombre a su imagen y semejanza, crea la humanidad a Su imagen y semejanza, los crea comunidad de amor, comunidad comunicativa⁵².

Vivir, en la cotidianidad del Pueblo de Dios en marcha, del Cuerpo de Cristo, la espiritualidad de comunión, consiste en actuar el mandamiento nuevo de Jesús, que es la base de la vida: amor que tiende a la unidad con el Padre y con todos los hermanos sin exclusión de nadie.

Puebla afirmaba: Cristo nos revela que la vida divina esta basada sobre la comunión trinitaria. El Padre, el Hijo y el Espíritu Santo viven en el supremo misterio de la unidad, en una perfecta y armoniosa ínter comunión, fuente del amor y de la comunión entre los hombres, cuya existencia es así, por lo tanto, colmada de dignidad y de grandeza.

La paradoja del sufrimiento y el conflicto, llave de la espiritualidad de comunión

Juan Pablo II, en el capítulo “Rostro doliente” de la Carta *Novo Millennio Ineunte*, da una clave-llave de comprensión de la posibilidad, para el Pueblo de Dios, de encarnar la dimensión trinitaria de la comunicación, viviendo sin desconocer la condición humana, marcada por el

⁵² ELLEIRS, J.F., *Comunicar en la Comunidad*, EDB, Buenos Aires, 1997.

sufrimiento, el conflicto en todos los niveles personales, sociales y estructurales. Y lo define: “el aspecto más paradójico de su misterio: (...) Misterio en el misterio, delante del cual, dice JP II, el ser humano no puede más que postrarse en adoración (n. 25). Jesús y su abandono, seguido del: “*En tus manos encomiendo mi espíritu*” (Lc 23, 46)(y esto significa, a la vez, confianza sin límites de El en el Padre). Y continúa explicando: “no terminaremos nunca de indagar el abismo de tal misterio. Y toda la aspereza de esta paradoja, que emerge en grito de dolor, aparentemente desesperado (...). ¿Es posible imaginar un sufrimiento más grande, una oscuridad más densa? Se trata de la clave comunicativa que encierra en sí la palabra y el silencio, la luz y la oscuridad, el diálogo y el no diálogo, la revelación y el hermetismo inimaginable.

En realidad, el angustioso “porqué” dirigido al Padre, con las palabras iniciales del Salmo 22, aun conservando todo el realismo de un indecible dolor, se ilumina con el sentido total de la oración, en la cual el salmista une el sufrimiento y la confianza (n.25); y agrega: “la tradición teológica nos invita a preguntarnos como podía Jesús vivir, junto a la unión profunda de su naturaleza con el Padre, fuente de alegría y de bienaventuranza, la agonía hasta el grito del abandono. La co-presencia de estas dos dimensiones aparentemente inconciliables está en realidad radicada, en la profundidad insondable de la unión hipostática” (n.26). Lo expresa San Juan de la Cruz cuando dice: “Jesús mientras estaba oprimido, cumple la obra más maravillosa de cuantas podía cumplir en el cielo y en la tierra durante su existencia terrena rica de milagros y prodigios, obra que consiste en el haber reconciliado y unido a Dios, por gracia, el genero humano”⁵³. Y agregamos: y haber reconciliado a los hombres entre sí.

Para el Pueblo de Dios entendido en su significado más completo, como lo fue para la Iglesia primitiva el Cuerpo de Cristo, llamado a realizar el Testamento de Jesús, El abandonado que se re-abandona al Padre, es la revelación de Aquel que es expresión de toda y cada una de las divisiones, y escándalos de dolor de todos los seres humanos. Y es, a su vez, modelo de cómo se pueden recomponer las divisiones, de como se pueden y deben resolver los escándalos de dolor en los que viven millones de mujeres y hombres de nuestro continente y ser clave de comunicación y unidad. Es un abandono real para la humanidad de Jesús, porque Dios no interviene. Pero no lo es para su divinidad, porque Jesús, siendo Dios, es Uno con el Padre y con el Espíritu Santo y no puede dividirse, puede si distinguirse.

La espiritualidad de comunión actúa la vida trinitaria en la historia, vive dentro del Pueblo de Dios que se desarrolla, considerando la conflictividad humana como la paradoja transformadora del Abandono de Jesús, que permite la construcción del Reino de Dios sobre la tierra como diría Pablo VI con todo el hombre y con todos los hombres.

ANEXO El significado de la espiritualidad por distintos autores

C.Taylor en el libro *Spirituality of live*⁵⁴, explica como la espiritualidad contemporánea prefiere “expandir la vida” y encarnarse: una corriente que libera fuerza divina en cada persona y que esta mayormente en contacto con el dolor humano de la historia.

Para M. Gallagher⁵⁵, la postmodernidad se caracteriza por el regreso a la espiritualidad.

⁵³ SAN JUAN DE LA CRUZ, Subida al Monte Carmelo, II, 7,11.

⁵⁴ TAYLOR, C., *Spirituality of live*, Laterza, Roma-Bari, 1994.

Para Martínez de Toda⁵⁶, se habla de espiritualidad al interno de una comunidad de fe, este tipo de espiritualidad en la fe incide en las actitudes, conductas, conocimientos, y se acerca a un plano real de la experiencia. La espiritualidad cristiana es como una cascada de agua con una fuente principal y sus derivaciones. Se puede también confrontar con una árbol con raíces, tronco, ramas, flores, frutos, tal es su complejidad⁵⁷.

Para Jesús Castellano la espiritualidad es el modo con el cual se trata de realizar el ideal de la vida cristiana⁵⁸.

P. Sheldrake, en el libro *Spirituality and History*, considera que la espiritualidad es una zona de convergencia, donde la teología, la oración y el compromiso se encuentran bajo forma de una "respuesta humana conciente a Dios"⁵⁹.

J. Bacik, nel libro *Spirituality in transition*⁶⁰, habla de una espiritualidad postmoderna más sintonizada con la dimensión del Misterio de la vida y enumera las siguientes características: produce mayor cantidad de momentos comunitarios, intuitivos y reflexivos, es mas relacional, pluralista, capaz de combinar la aceptación con la protesta, y la dimensión mística y profética de la fe.

E. Johnson⁶¹, en su diagnóstico sobre la postmodernidad, la ve más conciente de la fragilidad del proyecto humano, y a través de la espiritualidad considera que aprecia la conexión esencial a la religiosidad y la importancia de la comunidad.⁶²

⁵⁵ GALLAGHER, M.P., *Fede e cultura, un rapporto cruciale e conflittuale*, San Paolo, Milano 1999.

⁵⁶ MARTINEZ DE TODA, J., *La espiritualidad que buscamos*, PUG, Roma 2001

⁵⁷ Ibid

⁵⁸ CASTELLANO, J., en *YO EL HERMANO Y DIOS* en el pensamiento de C. L. de M. Vandellene, C. N., Roma, 1999.

⁵⁹ Nel libro di M. P. Gallagher, *Fede e cultura, un rapporto cruciale e conflittuale*, San Paolo, Milano 1999.

⁶⁰ BACIK, J.J., *Spirituality in transition*, Sheed & Ward, Kansas, 1996, pp.5-5.

⁶¹ JOHNSON, E., *Between the Times: religious life and the postmodern experience of god*, in *Review for Religious*, vol.53, 1994, pp. 6-28.

⁶² GALLAGHER, M.P., *Fede e cultura*, San Paolo, Torino 1999.

que comunica. Como se trata de hechos comprobados y comprobables, la noticia cubre como señal natural o característica de nacimiento su veracidad. Allí hace la verdad un rol crucial en el momento. Además, quien informa está despojado de interés personal e institucional y se dedica con el propósito de comunicar el conocimiento de un hecho. Naturalmente le da una sólida credibilidad.

La pastoral de los medios.

Javier Darío Restrepo.

Reunión VCG

Aparecida, Brasil. 14-06-06

0.-La propuesta de entregarles un aporte para el trazado de las líneas de acción para la Comunicación en la V Conferencia, es a la vez una coyuntura honrosa para mí y una responsabilidad que valoro porque ustedes constituyen un grupo de esos en que no hay palabra perdida.

Cuanto aquí se diga se va a convertir en acción y es ahí donde me pregunto: ¿qué puede salir de esta reunión? ¿Una eficiente organización para la información de la V Conferencia, o un avance de la Iglesia Latinoamericana en la comprensión y aplicación pastoral de la comunicación, lo comunicable y sus relaciones con la comunidad?

Nos movemos, como ven, entre dilemas y con ellos quiero comenzar esta reflexión.

1.- El dilema: propaganda o información.

Cuando ustedes se proponen establecer las líneas generales de acción de los elementos informativos y comunicacionales de la V Conferencia, es inevitable que consideren los términos de este dilema. Suelen mezclarse información y propaganda porque en la práctica los dos son formas de comunicación y la propaganda contiene información, pero el dilema se vuelve ético cuando se comprueba que la de la propaganda es una verdad interesada que no siempre es completa y se vuelve una verdad a medias.

1.1.- El propagandista está al servicio de algo o de alguien que paga las piezas propagandísticas porque sabe que recibirá beneficios de su difusión. Este recurso comunicacional se utiliza para destacar los aspectos positivos de un producto, de una persona o de una institución, con el fin de convencer, sea para incrementar las ventas de un producto o servicio, o para consolidar la lealtad hacia una persona o institución. La propaganda está dirigida más a la voluntad que al entendimiento y maneja, sobre todo, las emociones de las personas objetivo de la comunicación. Su propósito no es el de difundir conocimientos, por eso no hace parte de las preocupaciones del propagandista dar conocimientos completos; le basta dar a conocer o una imagen institucional o el discurso comercial de un producto. Su habilidad se concentra en la presentación convincente y seductora. Existe una cierta conexión entre el propagandista y el apologista, porque este hace propaganda defensiva: justifica, explica, argumenta o silencia para mantener intacta una imagen o una doctrina.

1.2.- El otro extremo del dilema es informar, y se refiere a una actividad entre cuyas prioridades no se cuenta la de convencer. En el deber ser de quien informa, el que aporta datos o noticias no necesita convencer porque cuenta con la fuerza de los hechos

que comunica. Como se trata de hechos comprobados y comprobables, la noticia exhibe como señal natural o característica de nacimiento su veracidad. Allí luce la verdad sin retoques ni atenuantes. Además, quien informa está despojado de interés personal o institucional y revestido con el propósito de comunicar el conocimiento de un hecho. Este desinterés le da una sólida credibilidad.

1.3.- El dilema ético aparece entre los dos extremos: el de dar una verdad incompleta e interesada, o el de dar la verdad de los hechos de modo desinteresado.

Me parece ver una cierta confusión en la terminología cuando encuentro documentos como el del episcopado mejicano al concluir su 27 asamblea plenaria de 1981. Entonces abordó el tema de la Opinión Pública y el Magisterio y aprobó como Acuerdo número 1 la creación de una Oficina Nacional de Relaciones Públicas, "para lograr una opinión más favorable a la Iglesia." Es una forma de entender la relación con los medios: utilizarlos como un instrumento para la creación, defensa o mejoramiento de una imagen.

El Papa Pablo VI en 1966 concluía que frente a la imagen de la Iglesia creada por los medios "corresponde a los cristianos trabajar para presentarle a la opinión pública el verdadero rostro de la Iglesia." Es el mismo pensamiento de Juan Pablo II en 1986, en la Jornada de las Comunicaciones: "formar una correcta opinión pública sobre la naturaleza, misión y obra de la Iglesia." Idea que ya había sido expresada por el Concilio Vaticano II cuando, al hablar sobre la necesidad de que la Iglesia cuente con medios, señala su objetivo: "para la transmisión de contenidos relevantes de su propia imagen."

Frente a esta percepción de los medios como instrumentos al servicio de la imagen de la Iglesia, aparece otra que a veces alterna con aquella en los mismos documentos. Es el caso del decreto Inter Mirifica en donde se le asigna a la prensa católica el objetivo de "conseguir un criterio cristiano sobre todos los acontecimientos."

En el documento de Medellín de 1968, la II Conferencia General del Episcopado se refiere a los medios "como esenciales para sensibilizar la opinión pública en el proceso de cambio que vive Latinoamérica."

En Puebla, en 1979, la III Conferencia General vuelve a referirse a los medios como instrumentos para "iluminar con el Evangelio el acontecer cotidiano," y para asegurar "la intercomunicación y el diálogo con el mundo."

Estas diferencias de percepción pueden ser miradas como complementarias, o como un lógico desarrollo de un progresivo descubrimiento de los medios por parte de la Iglesia. De todos modos, antes de conformar equipos de comunicación, determinar sus procesos y mecanismos, diseñar programas y determinar estrategias, será preciso tener una posición frente al dilema: comunicación para qué: ¿para hacer propaganda y crear y difundir una imagen? ¿O para comunicar y compartir la fuerza de unos hechos?

Las siguientes consideraciones han sido puestas en el papel como un aporte para sus reflexiones sobre el vital asunto.

2.- ¿Qué comunicar?

Vuelvo a los dilemas que están planteados en su propósito de formar un equipo de comunicación. ¿Discursos o hechos? Un equipo de comunicación puede dar prioridad a los discursos o a los hechos.

2.1.- Si es un discurso, este es un ejemplo común en periódicos de la Iglesia:

"El pasado 7 de mayo, IV domingo de Pascua, la diócesis dio inicio a la 43 jornada de oración por todas las vocaciones sacerdotales, religiosas y misioneras consagradas al servicio del Evangelio. La apertura de dicha semana se realizó con la celebración del día del Buen Pastor en todas nuestras parroquias, que vivieron juntas la experiencia de seguir recorriendo caminos en compañía del Único y Verdadero Pastor, Jesucristo."

El discurso viene después de los hechos o los anticipa. Los supone y los interpreta, pero su tono y composición es altamente subjetivo. Predomina en el discurso la presencia del orador, interpuesto entre los hechos y el receptor de la información. Piensa uno en el mito platónico de la caverna, en que los prisioneros sólo podían ver los reflejos que dejaba en la pared el paso de lo real proyectado por las llamas de la hoguera que ardía en el exterior. Lo real se percibe mediatizado por el lenguaje, la intencionalidad y las limitaciones del orador empeñado en presentar y confirmar una tesis, no en comunicar el hecho. Los hechos que hacen parte de su instrumental dialéctico apenas si son verificables, su verdad depende de quien los traiga a cuento y del contexto en que se les invoque. El discurso se propone interpretar los hechos, pero la verdad es que esos hechos acaban por someter a juicio los discursos. Se vio así en la película de Kurosawa, *Rashomon*, la historia de un asesinato y una violación en un bosque, que da lugar a siete discursos sobre el mismo hecho. Al final es el hecho mismo, rescatado de entre la neblina de los discursos, el que juzga las versiones de los testigos.

El discurso deja la incertidumbre de lo que puede ser o no ser porque depende de la subjetividad e intencionalidad del orador. Es la suerte que corre la comunicación discurso.

2.2.- Este es un ejemplo de la comunicación hecho:

"Armstrong, un ingeniero civil de 38 años, fue el primer hombre en posar sus pies en la faz del satélite natural de la tierra a las 9.56.20, hora de Colombia, y regresó al interior de su módulo lunar a las 12.09.32 tras su portentosa hazaña."

2.21.-El hecho es un fragmento de la realidad y aparece aquí con toda la fuerza de lo concreto real. Embarcados en la nave del tiempo, seres humanos y sociedades, vinculamos lo real al movimiento, a lo que pasa, porque siempre está pasando algo fuera o dentro de nosotros. El hecho aparece así como una notificación de lo que sucede, de un presente social que se mantiene en movimiento continuo. El redactor desaparece casi totalmente en un esfuerzo por hacer del lector un espectador de primera fila. Una leve sombra del redactor es ese adjetivo final sobre la portentosa hazaña, que cualquier testigo del hecho hace suyo. En el breve párrafo es clara la intencionalidad: ese es el hecho, véanlo con sus propios ojos, júzguenlo, califiquenlo.

2.22.-Hay hechos que van más allá de sí mismos, como fragmentos de la realidad y se convierten en tema de las conversaciones y polémicas; entonces adquieren el carácter de noticias y pueden llegar a ser la explicación de otras realidades. Son los hechos que interpretan otros hechos porque tienen una naturaleza de claves que abren significaciones, revelan relaciones ocultas con otros hechos, como si tuvieran la fuerza suficiente para correr los pesados cortinajes que a veces ocultan el sentido de la historia. Hay otros hechos que repercuten en otros hechos, que como compuertas de un embalse tienen el poder de precipitar energías represadas y provocar cambios.

2.23.- Pero la más poderosa de las fuerzas que contiene un hecho es su potencial persuasor. Lo que el discurso logra tras un arduo esfuerzo dialéctico y de técnica oratoria, el hecho lo obtiene con la eficiencia deslumbradora de un rayo de luz. Parsons lo llama el gran persuasor, porque el hecho no necesita explicación, simplemente está ahí, y al persuadir influye.

La influencia resulta de una interacción social que opera en un contexto de persuasión, y si pensamos que quien influye actúa sobre las intenciones y las actitudes, entenderemos la importancia de que la comunicación desate el potencial de influencia que generan los hechos. Son de una convincente elocuencia los hechos que se multiplican en nuestros días, protagonizados por personas que sobreviven a catástrofes o a secuestros. Lo que estas personas no habían logrado ver ni aceptar en años de discursos y catequesis, se les aparece, deslumbrante y arrollador, en la sordidez de un largo secuestro o entre las angustias y estertores de una situación de catástrofe. Ante el hecho retroceden las objeciones, los miedos, las arrogancias y desaparecen, vueltos trizas, todos los bloqueos de la voluntad y de la mente.

2.24.-Este interrogante: ¿qué comunicar, discursos o hechos? Debe tener una respuesta frente al tema de la V Conferencia y su gran proyección la Gran Misión Continental, porque la Conferencia y la Misión son susceptibles de convertirse en discurso o en hechos. La inclinación natural del que informa suele ser la de convertir los hechos en discurso. En la práctica habitual de las redacciones los hechos se convierten en noticia mediante una operación lingüística, es decir, cuando se transmuta en discurso, pero las técnicas de singularización, comprobación y profundización en la naturaleza del hecho y la mimetización o desaparición del cronista, lo rescatan de la cárcel discursiva y le mantienen, hasta donde es posible, su naturaleza y su poder. Es significativo que una discusión inacabable entre periodistas gire alrededor de la objetividad, ese esfuerzo por eliminar el discurso subjetivo y todos los factores que se interponen entre la realidad y su versión en la noticia.

Pueden llegar a ser discurso o comunicación de un hecho temas como el de la misión y otros que se derivan de él. Los formulo en forma de preguntas que se pueden responder con un discurso o con unos hechos: ¿por qué hablar en este momento de una misión? ¿Se está correspondiendo así a unas necesidades? ¿Implica esta misión continental una rectificación histórica? ¿Es acaso un recurso para eliminar nuevos obstáculos? ¿Hacia dónde se dirige esta misión continental?

Como ustedes ven se trata de algunas de las numerosas preguntas que pueden cruzar por el magín de un periodista, que seguramente ocuparán a la opinión pública y que son el punto de partida de un diálogo promotor de otros diálogos por todo el continente. Para que esto se dé, esta comunicación debe distinguirse por estas señales de

66
identificación, que son las que corresponden al perfil ético de cualquier acto comunicativo.

3.- Valores éticos de la Comunicación.

En el trabajo profesional de la comunicación, como en todos los demás trabajos, se mantiene una confrontación entre lo que es y lo que debe ser; entre lo fáctico y lo utópico; entre las rutinas establecidas y el impulso de renovación que anima la pasión por la excelencia. Allí es donde aparece lo ético como un referente de excelencia que vuelve relativo y mejorable todo lo que se hace.

3.1.-Puesto que en la tarea de comunicar, el valor guía del comunicador es la verdad, este sería el referente para examinar las actitudes de los medios dentro de la Iglesia. La sola pregunta ¿son ideales de veracidad estos medios? Permite detectar problemas y propuestas.

Se había hecho mención, al comienzo, del criterio propagandístico con que suelen utilizarse estos medios. Curiosamente – y valga el paréntesis- en el mundo eclesial, no en el eclesial, los medios han sido mirados con desdén y como tema subalterno porque, se piensa, sólo sirven para hacer propaganda. La propaganda, lo mismo que el sensacionalismo, llevan consigo un problema ético que es que ni la una ni el otro entregan la verdad completa, sino la parte de verdad que les interesa. En el mundo intraeclesial se defiende “el derecho a la no información” (1) que, además de sus aplicaciones legítimas, llega a justificar las prácticas de secreto y de ocultamiento de la verdad por razones de interés institucional, como las que habría para eludir la respuesta a la pregunta que ustedes escucharán en los próximos meses: ¿Una nueva misión significa que ha fracasado la misión de la Iglesia hasta ahora? ¿Se trata de hacerles frente a las sectas? ¿Se proponen impedir la deserción de la feligresía? Son preguntas que sugieren una respuesta autocrítica, que no aparecerá si el órgano comunicacional de la Iglesia está atrofiado por el síndrome de la apologética. Me refiero a esa actitud ofensivo-defensiva propia de los soldados y de los cruzados que, por razón de su oficio, saben que en todo momento tienen su vida en riesgo por la omnipresencia del enemigo. El imaginario del creyente suele estar invadido por imágenes bélicas: soldados de Cristo, cruzados de la fe, batallas contra el mal, morir por la verdad y la fe, defensa militante de la Iglesia, etc.

Cuando el medio de comunicación resulta permeado por estas actitudes, necesariamente aparecerán tomados de la mano, como hermanos siameses, la apologética y la propaganda, para recortar la verdad. Un lugar común, repetido hasta el hastío, dice que la verdad es la primera baja de toda guerra. Incluidas las guerras religiosas.

Encuentro, en cambio, el referente ideal en una sencilla y elocuente imagen evangélica, la de la verdad como una luz encendida en lo alto de una montaña, para que la sigan quienes quieran y la necesiten, que no necesita técnicas de persuasión que la apoyen porque ella lleva en sí misma todo el poder persuasor necesario. No es ofensiva ni defensiva, sino comunicadora.

Y lo es porque toda ella es mensaje. La verdad trae consigo la exigencia de veracidad, esto es, de coherencia y unidad entre lo que se dice y lo que se hace. La vida se encarga de confirmar las palabras que a su vez proclaman la buena noticia.

Esa coherencia inherente a la veracidad tiene otra característica que señalaba en una lúcida comparación monseñor Gregorio de la Rosa, arzobispo de san Salvador, en una conferencia que le oí en el museo antropológico de ciudad de México: “en esta aldea global, como en una estación de metro, nos sentamos junto a otros, no con otros.” El tono de la comunicación, su fuerza y su influencia están determinados por esa actitud interior a la que alude monseñor. Es distinto si los destinatarios de la comunicación figuran en nuestra conciencia como “ellos”, en tercera persona, o como unos de nosotros, en primera persona. Más que un asunto gramatical es una disposición ética la que está de por medio como niveladora y desmitificadora. La comunicación efectiva es la que se hace entre iguales y como resultado de un intercambio expedito y natural; es un criterio que le ha cambiado el tono y la estructura a los mecanismos educativos a partir de reclamos como los de Freire; que tendría que poner interrogantes a las formas de una misión continental y que, seguramente, le imprimirá una actitud distinta a los organismos de comunicación de la Iglesia concebidos como unos, entre otros medios de comunicación, pero con una fisonomía y un mensaje propios. (2)

3.2.- Los códigos de ética que manejamos los periodistas señalan otro valor que es el de la responsabilidad social, que suele definirse como la conciencia del poder del instrumento que uno maneja y de la posibilidad que ese poder le crea de hacer daño o beneficio.

Equivale este planteamiento ético al para qué de la verdad y de la veracidad. En efecto, estos y la libertad no son fines en sí mismos, sino medios, por tanto les es preciso un para qué.

Al dar respuesta a esa pregunta la conciencia ética de quien hace información pública descarta que sea para el medio o sus dueños, o para institución alguna y concluye que su objetivo, aquel a quien aspira a servir con esa transmisión de conocimiento, es el receptor, sea lector, oyente, televidente, o cibernauta. Precisión indispensable que determina una fisonomía y unas actitudes. A pesar de su carácter elemental, impone un cambio fundamental saber para quién se informa. Los periódicos, las emisiones de radio o televisión, pueden poner en tela de juicio sus materiales con esa sola pregunta, porque una será la información si es sólo para la clerecía, o si es también para la feligresía, o solo para los grupos de acción pastoral, o si se trata de llegar a ese vasto e incommensurable auditorio que cubren los medios de comunicación. A cualquiera de estos auditorios debe responderse con una información de acuerdo con sus requerimientos y necesidades. Y su lenguaje.

Una vez que se ha definido a quién está dirigida la comunicación, la conciencia de responsabilidad se pregunta sobre las posibilidades de esa comunicación.

4.- Las posibilidades (3)

El desarrollo de la tecnología de los medios de comunicación ha sido el más acelerado y diverso en los siglos XX y XXI; al mismo tiempo se han multiplicado sus aplicaciones, que han vuelto posible lo que hace unos decenios se consideraba imposible; la tecnología, por tanto, ha complicado el espacio de las responsabilidades, al multiplicarse lo posible.

4.1.-La posibilidad más conocida y utilizada es la del medio que difunde el mensaje de la Iglesia, en forma de discurso o contenido en hechos que se convierten en noticia. Los conocidos programas y páginas sobre la voz del Papa en los que se transcriben literalmente los mensajes del pontífice, o los documentos de las conferencias episcopales o del CELAM, son una posibilidad dentro de las muchas posibilidades de difusión, unas más eficaces que otras desde el punto de vista de la comunicación. Esa eficacia está ligada, sin duda, a la actitud que genera el hecho de compartir un conocimiento, una mirada, o una lectura de los hechos.

4.2.- Los medios también dan la posibilidad de construir y difundir piezas comunicativas de distinta factura: obras de teatro, imágenes fijas, videos, libretos para televisión o radio, textos para medios impresos o blogs por Internet. Las posibilidades aumentan a medida que se conocen las potencialidades de los medios, y derivan su eficacia de la fidelidad que se mantenga para con la naturaleza del medio de comunicación. Las posibilidades de una predicación –medio de comunicación– no son las mismas de un programa de televisión o de un periódico. Ni los púlpitos pueden volverse sets de televisión, ni la televisión convertirse en púlpito. Cuando el medio se utiliza de acuerdo con la función que tiene, se pueden optimizar sus posibilidades; ofrecen dificultades en cuanto a eficacia comunicativa, los híbridos, v.g. las misas en televisión, los rosarios por radio o los sermones en periódico.

4.3.- Los medios también permiten la revelación de nuevos sentidos. Así como en ese amanecer de Macondo que describe García Márquez se le daba nombre a todas las cosas en los medios los hombres y las cosas reciben un sentido; la manzana deja de ser manzana y se convierte en símbolo de una empresa de computadores y el tigre resulta ser el poder de un combustible; cuando aparece el economista junto a un desplazado se sabe que aportará la dimensión económica del desplazamiento y un médico junto a un bebé le dará sentido a una vacuna. Así mismo un sacerdote con una guitarra impondrá un sentido. Este ejercicio se puede continuar cuando en el mismo escenario y frente al mismo hecho pasan distintas personas y entidades. Cada una le agrega un sentido, no se violenta el hecho sino que se confirma la vieja sabiduría de Gracián: las cosas son del color del cristal con que se miran. Hay una mirada desde la fe que revela un sentido, una dimensión desconocida de los hechos que, potenciada por los medios, entra en la conciencia colectiva. Los periodistas lo sabemos y cuidamos el enfoque de los hechos, o sea nuestra manera de verlos y transmitirlos porque esa es otra posibilidad de quien usa un medio de comunicación.

4.4.- Hace parte de ese potencial, pero con características propias, la posibilidad de entablar diálogo con otras expresiones culturales y religiosas. Cuando ese diálogo sereno y veraz se aposenta en la conciencia de los receptores, les da vida a las actitudes de tolerancia y respeto con el diferente. Este es uno de los objetivos incluidos en la propuesta educativa y humanizadora para los medios de comunicación, porque tiene en cuenta la naturaleza de lo mediático, que desde el punto de vista técnico puede desbordar toda frontera y asume un alcance universal.

4.5.-Con las anteriores posibilidades tiene que ver esta que prefiero tratar por separado: la de seleccionar hechos, darles un enfoque y, en esas condiciones, entregarlos a la conciencia de los receptores. Es una posibilidad que hace pensar en los poderes del Rey Midas, porque lo trivial se puede transformar en trascendental y lo trascendental en trivial según el manejo que se haga de los medios. Los investigadores de comunicación

se asombran: lo que no logran líderes intelectuales, o políticos lo obtienen las caderas de Shakira o las piernas de un futbolista, o los músculos de un atleta, convertidos en paradigmas. Por ese camino, concluye Martín Barbero, la política ha llegado a ser un cascarón vacío. También existe, pues, una posibilidad en los medios: crear ídolos, vaciar de contenidos, o lograr epifanías.

5 ¿Qué espera un periodista?

En este largo recorrido han aparecido las pistas que nos conducen a la respuesta de este último interrogante. ¿Qué espera un periodista del equipo de comunicación de la V Conferencia? Aquí se impondrán las experiencias de un viejo reportero que cuenta entre sus trabajos el cubrimiento de la Conferencia de Medellín y Puebla.

5.1.- El periodista quiere hechos, porque son la materia prima de la noticia. Entre el anuncio solemne de que se reunirá la V Conferencia General, Discípulos y Misioneros de Jesucristo, y el informe escueto de que se encontrarán tantos obispos de tantos países, preocupados por la suerte de la Iglesia en el continente, seguramente preferirán este último formato que les permitirá preguntar: ¿Qué le pasa a la Iglesia? ¿Retrocede o avanza? ¿Disminuyen sus fieles? ¿Qué pasa con los sacerdotes y los seminarios?

Con esto quiero decir que el periodista, pocas veces un reportero especializado como fue Henry Fesquet, de Le Monde en Medellín, ese periodista que ayer cubrió una noticia económica o de política y que hoy estruja su imaginación para cubrir una reunión de obispos, espera encontrar un hecho cuya importancia resplandezca en unas informaciones claras, llenas de datos tan precisos y reveladores, que sea imposible ignorarlos. Ayudará mucho en este momento el consejo y la colaboración de un periodista veterano, de solvencia profesional reconocida.

5.2.- El periodista espera informar sobre doctrina, pero aplicará una norma elemental de redacción periodística: informar sólo lo que él entienda con claridad y despierte su interés. El debe entender y ver la aplicación concreta. Si se le habla de una gran Misión, necesita enmarcar ese hecho en las realidades de hoy, entender el impacto que ese hecho tendrá en el continente, comprender sus motivaciones y proyecciones, comparar las misiones de ayer con las de hoy y explicarse las razones de su evolución.

5.3.- El reportero especializado lee y subraya, pregunta y se hace una idea; el reportero apresurado y mal informado apenas si lee, se atiene al resumen o a los grandes títulos, prefiere los temas gruesos y obvios; éste necesitará documentos con subrayados, con explicaciones y aplicaciones y casi una asistencia personal para ayudarlo en su tarea.

Algunas instituciones preparan versiones breves y resumidas de sus documentos y, no faltan, los que entregan propuestas de redacción definitiva; es una práctica de sobreprotección que logra resultados inmediatos de publicaciones satisfactorias en términos de relaciones públicas, pero de eso no se trata en este caso. El objetivo es que el medio de comunicación pueda transmitir el entusiasmo y la alegría de un hallazgo, no simplemente el registro formal de un hecho.

5.4.- El periodista quiere encontrar acceso a los protagonistas principales de la Conferencia para entrevistarlos. Le concede alguna importancia a las conferencias de prensa, cuando un vocero entrega una declaración o un documento; y a las ruedas de

prensa, cuando son los periodistas quienes plantean los temas con sus preguntas; pero el máximo interés es para la entrevista personal y exclusiva que, aunque suele tener el tema propio de la Conferencia, deriva hacia la relación entre el evento y temas de actualidad.

Esta última es una posibilidad que no puede descuidarse ni rechazarse. El entrevistado que no desecha esa conexión sino que la ha previsto y reflexionado, puede aportar una lectura propia sobre los hechos, que les muestra a los lectores y al propio periodista una visión nueva de la realidad, desde la fe.

En previsión de coyunturas como esta, son prácticas bien acogidas las listas de entrevistables en las que se incluyen sus más destacables actividades pastorales, de modo que el periodista pueda elegir de acuerdo con sus intereses informativos; al mismo tiempo es prudente un trabajo de ilustración a estas fuentes informativas, sobre la deseable actitud pastoral con estas singulares ovejas de los medios de comunicación.

6.- Conclusión.

Hay un proceso de comunicación que recorre toda la historia de salvación con tal fuerza que el misterio del amor de Dios por el hombre pudo ser resumido por san Juan al decir que en el principio era el Verbo y el Verbo estaba en Dios y el Verbo era Dios...y el Verbo se hizo carne y habitó entre nosotros. El Papa Benedicto XVI durante la última jornada de las comunicaciones hablaba a su vez de "la autocomunicación de Dios en Cristo." Siempre el Verbo como don y como comunicación del don, de modo que es imperativo concluir que toda empresa misionera debe fundarse y construirse alrededor de la comunicación de la palabra, que es lo que hoy nos ha ocupado y preocupado. No se trata de utilizar unos instrumentos logrados por la tecnología. Es mucho más que eso.

- ◆ Evangelio
- ◆ Exhortación
- ◆ Y otros...

D.4. Comunicación en la V.C.I.

(Propósitos informativos)

Comisión de medios nacionales de Relaciones Públicas para lograr una opinión favorable a la Iglesia. (27 Asambleas del Episcopado norteamericano en 1965)	(Los medios de comunicación) esenciales para sensibilizar la opinión pública en el proceso de cambio. (Medellán, 1968)
A los medios: "trabaja para generar el verdadero rostro de la Iglesia" (Pablo VI, 1968)	(Los medios de comunicación) para superar la incomunicación y el diálogo con el mundo. (Pablo VI, 1970)
Los medios de la Iglesia: "para transmitir contenidos relevantes de su imagen." (Juan Pablo II, Vaticano II)	(Los medios de comunicación) para conseguir un criterio cristiano sobre los acontecimientos. (Juan Pablo II)
	Red que facilita la comunicación, la cohesión y la cooperación. B.XVI, 2008

D 3.- Comunicación en la VCG

Diapositivas para la Conferencia Comunicación en la VCG

¿Qué es comunicación? un discurso o un hecho?

D1.- Comunicación en la VCG.

D 2 Comunicación en la VCG.

¿Propaganda o información?

La Propaganda:

- ❖ Una verdad interesada.
- ❖ Al servicio de alguien o algo.
- ❖ Con capacidad para seducir.
- ❖ Se dirige a la voluntad.
- ❖ Está conectada con la apología.

D 3.- Comunicación en la VCG

La Información.

- ❖ No necesita convencer.
- ❖ Cuenta con los hechos.
- ❖ Es veraz.
- ❖ Es desinteresada.
- ❖ Y convence.

D 4.- Comunicación en la VCG.

¿Propaganda o información?

Creación de oficina nacional de Relaciones Públicas para lograr una opinión favorable a la Iglesia. (27ª Asamblea del Episcopado mejicano en 1986)	(Los medios de comunicación) esenciales para sensibilizar la opinión pública en el proceso de cambio.” (Medellín, 1968)
A los medios: “trabajar para presentar el verdadero rostro de la Iglesia.” (Pablo VI. 1986)	(Los medios de comunicación) ...para asegurar la intercomunicación y el diálogo con el mundo. (Puebla 1979)
Los medios de la Iglesia: “ para transmitir contenidos relevantes de su imagen.” Inter Mirífica. Vaticano II)	(Los medios de comunicación) para conseguir un criterio cristiano sobre los acontecimientos. (Inter Mirífica.)
D 5.- Comunicación en la VCG.	Red que facilita la comunicación, la comunión y la cooperación. B.XVI.2006.

D 5. Comunicación en la VCG

¿Qué comunicar: un discurso o un hecho?

El discurso.

“El pasado 7 de mayo, IV domingo de Pascua, la diócesis dio inicio a la 43 jornada de oración por todas las vocaciones sacerdotales, religiosas y misioneras consagradas al servicio del Evangelio. La apertura de dicha semana se realizó con la celebración del día del Buen Pastor en todas nuestras parroquias, que vivieron juntas la experiencia de seguir recorriendo caminos en compañía del Único y Verdadero Pastor, Jesucristo.”

D 6.- Comunicación en la VCG

¿Qué comunicar?

El discurso.

- Supone e interpreta los hechos.
- El orador domina.
- Lo real es mediatizado.
- Los hechos, apenas verificables.
- Lo real puede ser o no.

D 7. Comunicación en la VCG

¿Qué comunicar?

Hechos.

“Armstrong, un ingeniero civil de 38 años, fue el primer hombre en posar sus pies en la faz del satélite natural de la tierra a las 9.56.20, hora de Colombia, y regresó al interior de su módulo lunar a las 12.09.32 tras su portentosa hazaña.”
U.P.I. Centro Espacial de Houston, 21 de julio de 1969.

D 8.- Comunicación en la VCG

¿Qué comunicar?

Hechos:

- “Siempre está pasando algo”
- Es notificación de lo real que sucede.
- Son fragmentos de lo real.
- Interpretan otros hechos.
- Repercuten en otros hechos.
- Persuaden.
- E influyen.

D 9.- Comunicación en la VCG.

Identidad ética de la comunicación.

LA VERDAD.

- La propaganda: verdad a medias.
- El derecho a la "no información." Secreto y ocultamiento.
- La apologética, gemela de la propaganda.
- La primera baja en las guerras.
- La luz en la montaña.
- Sin violencia y entre iguales.

D 10.- Comunicación en la VCG

Identidad ética de la comunicación.

LA RESPONSABILIDAD.

- Conciencia del poder del instrumento.
- Y de sus efectos.
- Equivale al "para qué y para quién".
- La prioridad del receptor.

D 11.- Comunicación en la VCG.

Posibilidades de la comunicación.

- Difunde mensajes.
- Facilita creación de piezas comunicativas.
- Permite revelar e intercambiar sentidos.
- Abre canales de diálogo.
- Transforma los hechos.

D 12. Comunicación en la VCG

¿Qué espera un periodista?

- Hechos.
- Documentos explicados.
- Aplicaciones de la doctrina.
- Conferencias de prensa.
- Ruedas de prensa.
- Sobre todo: entrevistas exclusivas.
 - Lista de entrevistables.
 - Instrucción a entrevistables.



Trabajo en Redes

de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe

TRABAJO EN RED

Una propuesta para multiplicar el alcance de la V Conferencia, sumando recursos y capacidades

Fuente: Fernando de la Riva y Antonio Moreno para Fundación Esplai y a partir del seminario organizado en Zafra por ACUDEX y desarrollado por Fernando de la Riva

I. RAZONES PARA CONSTRUIR REDES. PARA COOPERAR ENTRE NOSOTROS

A. *Un mundo en cambio*

La sociedad, el mundo en que vivimos está en permanente cambio: Hay cambios en la economía, en la comunicación, en las formas de relación, en las formas de trabajo, en los valores, las actitudes y en la participación de la sociedad. Quienes trabajamos sobre un mismo tema, con un mismo objetivo, necesitamos cambiar también nuestras formas de hacer las cosas para adaptarnos e incorporar este cambio a nuestra práctica cotidiana.

B. *La tecnológica nos abre nuevas posibilidades*

La tecnología y los nuevos mecanismos de comunicación permiten acceder, e intercambiar, conocimientos y recursos de una manera rápida y completa que hasta hace poco parecía ciencia-ficción. Permanecer aislado es hoy casi más difícil que estar en contacto con el resto del mundo. Utilicémoslo adecuadamente, comuniquémonos bien, y gestionemos la información.

La tecnológica trae nuevas oportunidades

C. *Renovados métodos*

De hecho ya estamos metidos en esa renovación, es algo inevitable: compartimos nuestro trabajo, intentamos coordinarnos, aunque muchas veces, esto lo hagamos de manera informal y poco sistematizada. El trabajo en red no es más que un paso adelante que consolida y estructura todo esto. Esta nueva forma de hacer fomenta el interés y la participación de otros en nuestros objetivos, a la vez que nos permite intercambiar conocimientos que fomenten el aprendizaje mutuo y renueven nuestros métodos.

Contar solo con nuestros medios hace que desaprovechemos un montón de recursos y esfuerzos que se están haciendo en nuestro entorno, y que persiguen el mismo objetivo que nosotros. La cooperación, el trabajo en red nos permite sumar capacidades y recursos de cada una de las partes aprovechándolos mejor y complementándolos. Alguien dijo alguna vez que "el todo es algo más que la suma de las partes"

Complementariedad, optimización, mayor capacidad de gestión

D. *Abordar proyectos de mayor alcance.*

Por delante de la puerta de nuestra casa están pasando oportunidades y convocatorias a las que no podemos acceder porque exceden de nuestro ámbito de actuación, o por que escapan a nuestras posibilidades. La cooperación permite abordar objetivos y proyectos de mayor alcance que actúen sobre territorios amplios, que trabaje con varios sectores de población, o que aborde problemáticas especialmente graves,...

De los micro a los macroproyectos, mayor eficacia de la acción e impacto cultural evangelización

II. TRABAJAR EN RED ¿Y ESO QUÉ ES? ¿CÓMO SE HACE?

El trabajo en red es una forma más de trabajar, puede ayudar alcanzar nuestros fines, y tiene algunos elementos de novedad. Algunas ideas al respecto:

A. *Activa Participación*

La participación en una red es lo que se hace en ella, pero se requiere una activa participación. En otras formas de trabajo basta simplemente con enviar representantes o contribuir de alguna forma, pero en la cooperación basada en el trabajo en red esto es opcional y no es posible quedarse solo en este paso, es necesaria la participación activa.

B. *Objetivos comunes*

Los integrantes de una red han de tener en común algunos de sus objetivos (aunque no necesariamente todos). *En nuestro caso el objetivo es común la Misión de la Iglesia entorno a la Preparación de la V Conferencia como un proceso eclesial.*

Hay que tener en cuenta que ninguno de los objetivos particulares puede ser contrario, ir en contra, del objetivo común que se haya definido.

Reunión para formar el equipo de comunicaciones de la VCG

En cuanto a los objetivos, debe haber una comunicación bidireccional entre las distintas partes y la propia red. Esto es, la red debe tener en cuenta los objetivos particulares de cada una de las partes, y todas las partes deben sentir como propios los objetivos comunes.

Objetivos comunes, incluyendo objetivos particulares

C. Acción común

Los integrantes de una red cooperan, se comunican, para hacer, para conseguir cosas juntos. Desde este punto de vista el intercambio y la cooperación van orientados a la acción. Y esta acción conjunta viene dada por la misión, el objetivo común definido por todos los que participan del trabajo en red.

La red está tan orientada a la acción, que será la propia acción conjunta que nos proponemos (el plan de acción definido para alcanzar los objetivos) la que nos organice, la que de forma a la estructura de la red. Partimos de lo que queremos hacer para conseguir nuestro objetivo, para buscar la estructura, la forma adecuada de organizarnos.

Objetivos traducidos en acciones, proyectos, programas

D. Compromiso

Para que una red funcione, es necesario un compromiso que vaya más allá de las meras palabras y las buenas intenciones. El compromiso se debe traducir inexorablemente en hechos. Deberé realizar aquellas tareas, aquella parte del trabajo, que me haya comprometido a realizar, sabiendo que el funcionamiento del todo, depende del funcionamiento de cada una de las partes.

Trabajar en red supone asumir la responsabilidad y el riesgo de pertenecer a una red. Asumir responsabilidad y riesgo, hacerse solidario con el proyecto común de la V Conferencia.

E. Tareas y Funciones con corresponsabilidad

Las actividades y acciones se reparten en tareas y funciones. El trabajo en red no significa que todos hacen de todo, pero todos somos corresponsables de la tarea común.

F. Simplicidad y Flexibilidad

Un principio importante del trabajo en red es evitar estructuras de organización ineficaces y superfluas. La organización en red debe ser un medio (que no un fin) ágil para conseguir los objetivos comunes planteados, por eso mismo la adecuamos a la acción, a conseguir el objetivo, y la cambiamos cuando es preciso.

Algo que puede ser especialmente útil para lograr esta flexibilidad es la **comunicación continua** y el intercambio cotidiano de información.

G. Animadores de la red y el proceso eclesial

Una red no funciona sin el impulso, la dinamización de alguien (entidades, grupos o personas), especialmente vemos esa dinámica en el CELAM, un liderazgo que anima y viene encaminando a facilitar la participación de todo el mundo.

H. Sinergia, Trabajo en Equipo

Es necesario que organicemos el trabajo de tal forma que exista una confluencia de esfuerzos, en pos de un objetivo común, sin que se dupliquen recursos.

Por ello, buscamos que exista complementariedad entre las partes. Cada parte tiene capacidades que sirven a los otros. Esto me permite aprovechar mis propios recursos y los de los demás.

Esta forma de trabajar permite alcanzar el objetivo particular de cada uno y alcanzar juntos el objetivo común.

Complementariedad, suma de capacidades, esfuerzos y recursos, apoyo mutuo

I. Comunicación

La comunicación, el diálogo permanente y el continuo intercambio de ideas es la forma básica de trabajo en red. Esto no significa estar quedando, ni estar reuniéndonos continuamente. Más bien se proponen menos reuniones pero mejor preparadas y más efectivas, a la par que ponemos en marcha más formas diferentes de comunicación que puedan ser más cotidianas y accesibles (teléfono, fax, correo electrónico,...)

Base esencial, todo por la comunicación

J. Evaluación y Aprendizaje Permanente.

Aprendemos de la experiencia, de la práctica, y no paramos de aprender. Es necesaria la evaluación, la observación continua de lo que hacemos todos juntos (no de lo que hacen los demás de la red) para saber que estamos haciendo bien y que debemos cambiar.

La evaluación no debe ser un trámite incómodo por el que debemos pasar, si no que es una oportunidad única para saber que vamos por buen camino y para mejorar.

Por tanto Los análisis de resultados colectivos deben ir enfocados más al aprendizaje que a la búsqueda de un culpable.

La acción y la organización fuentes principales de aprendizaje

III. ¿QUE HEMOS DE TENER EN CUENTA PARA CONSTRUIR REDES?

A. OBJETIVOS COMUNES

Una red, para funcionar, necesita que quienes la forman compartan objetivos que sean comunes a todos ellos. Es necesario definir para qué y para quien se trabaja conjuntamente. Estos objetivos comunes no sirven tampoco de nada si no se han traducido en acciones comunes que se van a desarrollar para alcanzarlos. Por tanto son necesarios los siguientes pasos:

Reunión para formar el equipo de comunicaciones de la VCG

1. Elaboración común de objetivos particulares

Lo cual no significa que todos tengan los mismos objetivos particulares. Significa que debemos compartir algunos objetivos, y que el resto de objetivos particulares no van a contracorriente del objetivo común.

La elaboración de objetivos comunes, definidos por todos los integrantes de la red, no puede hacerse si no mediante el dialogo y el consenso de todas las partes, tomando como punto de partida los **objetivos particulares y las necesidades a las que se pretende dar respuesta.**

Tener en cuenta:

- Precisos: formulados, clarificados, de manera precisa y concreta, donde todos sabemos que hacemos, en que plazo, con quien
- Posibles: deben ser alcanzables, de acuerdo a nuestras posibilidades. Los objetivos preciosos pero imposibles para nuestra red solo crean frustración, y la sensación de que lo que hacemos no sirve...

2. Concreción común de acciones

De nuevo, vuelve a hacerse mediante el dialogo y el trabajo conjunto. Se pueden elaborar nuevos programas que afronte la red en su conjunto, o reforzar entre todos los ya existentes

B. ESTRUCTURA. SOSTENIBILIDAD Y ORGANIZACIÓN DE LOS MEDIOS

La red no funciona de forma espontánea. Es necesario organizarla y dotarla de formas de comunicación, de acción, de decisión, repartir tareas,..... Igual que una red no funciona sola, tampoco funciona sin recursos, no funciona "del aire". Y esta RED V Conferencia viene siendo alentada e impulsada por el CELAM

Debemos atender por tanto a las siguientes cuestiones: Tareas que hay que resolver en la red, recursos que la red necesita, y quien la anima.

1. TAREAS QUE HAY QUE RESOLVER EN LA RED

a) Analizar la realidad. PLANEAR

Identificar necesidades y demandas. Priorizar en función de su importancia y del interés común de las entidades que forman la red.

Identificar recursos, oportunidades y capacidades. Aquellas capacidades y recursos de los miembros de la red y de su entorno, que puedan ser útiles para dar respuesta a las necesidades planteadas y que se relacionen con el objetivo común (o con alguno de mis objetivos particulares)

b) Formular objetivos comunes y planificar. ORGANIZAR

Formular proyectos de acción común, definir programas y actividades, señalar plazos, definir criterios de evaluación, etc.

Reunión para formar el equipo de comunicaciones de la VCG

c) Llevar a cabo los proyectos. EJECUTAR

Repartir tareas y recursos, desarrollar las acciones previstas, hacer el seguimiento de su realización. Desarrollar la comunicación entre los miembros de la red. Favorecer el intercambio, garantizar la adecuada circulación de la información, dinamizar la coordinación y cooperación entre las distintas partes de la red.

d) Dinamizar la participación.

e) 8. Contacto con otras redes.

Mantener la comunicación de la red con otras redes, otras entidades, las instituciones, el entorno, la comarca, con los medios de comunicación. Dinamizar la proyección social de nuestra red.

2. RECURSOS QUE LAS REDES NECESITAN ¿DÓNDE LOS HAY?

a) Acción de la Gracia, Las personas y los recursos materiales.

Al hablar de recursos no hablamos solo de dinero, hablamos también, y sobre todo, de recursos humanos. Se necesitan personas que dediquen tiempo a las tareas, las actividades y el mantenimiento de la red.

Igualmente serán necesarios recursos técnicos, en función de los proyectos, y recursos metodológicos para llevar a cabo adecuadamente las tareas y proyectos de la red.

b) Dónde hay recursos

Recursos propios: Aquellos medios de los que ya disponemos, que están a disposición de las distintas personas que componen la red. Aquellos que se pueden llegar a generar una vez comience a funcionar la red, y que servirán también de proyección social

Recursos comunitarios: Aquellos que están a nuestra disposición en el entorno, el pueblo, la comarca en que vivimos

Recursos privados: Existen empresas, bancos, cajas, fundaciones,... que apoyan determinados proyectos

Recursos públicos: Existen convocatorias destinadas a proyectos de gran alcance, proyectos en los que debe existir la cooperación, coordinación de diferentes agentes, colectivos, instituciones,..... Son justamente estos los recursos a los que se puede optar una vez esté creada la red, además de mantener los recursos con los que ya contábamos.

c) ¿Cómo identificamos nuestras necesidades de recursos?

Nuestros objetivos. Qué medios necesitamos para llevar a cabo nuestros objetivos

Reunión para formar el equipo de comunicaciones de la VCG

Los recursos que ya tenemos: A veces sucede, que al aunar recursos descubrimos que podemos muchas más cosas de lo que pensábamos, tenemos más de lo que creíamos. Lo que nos hace falta: recursos que son necesarios para desarrollar nuestros objetivos y que están o pueden estar accesibles en el entorno de la red, y que podemos conseguir con este trabajo colectivo.

4. Posibles fuentes

Identificar donde se encuentran esos recursos necesarios y cuales son los procedimientos para acceder a ellos.

3. ¿QUIÉNES ANIMAN LAS REDES?

Lo más útil, de cara a la animación de la red, quizás sea encomendar de forma permanente esta tarea de animación a una persona o un equipo especializado en ello. El equipo de coordinación, los animadores de la red, realizan sobre todo una tarea de animación y dinamización de la participación de todos los integrantes de la red. Para ellos deben promover la comunicación, los encuentros, intercambio de experiencias y conocimientos, construcción de proyectos de acción, la evaluación, etc. Deben fomentar, en definitiva uno de los aspectos clave para el funcionamiento de la red:

La participación activa, la implicación, el compromiso participativo de cada una de las partes.

C. COMUNICACIÓN Y RELACIÓN ENTRE LAS PARTES

1. La comunicación pieza clave:

Si la comunicación no funciona, la red tampoco, es como si no existiera. Todas las partes de la red deben tener acceso a la información necesaria. La información debe circular en todos los sentidos con agilidad, y buscando la participación de todas las partes (personas, o grupos, o instituciones, o ...) de la red.

2. Formas de comunicación en red

Proponemos simplemente un listado de formas de comunicación que puede utilizar una red. Unas hacen referencia a medios que están ahí y a través de los cuales nos comunicamos, y otras hacen referencia a productos que podemos elaborar a través de esos medios para facilitar la difusión de la información. Todas ellas, y otras que se nos ocurran, son formas de comunicación posibles.

Reuniones virtuales, Circulares y Boletines digitales, Teléfono IP, Correo electrónico, Foros dentro de una intranet, Chats

D. COMUNICACIÓN EXTERNA CON OTRAS REDES

Una red aislada en si misma tiende a envejecer rápido y morir. Debe cuidarse por tanto la relación externa, la comunicación con el entorno, y el contacto con otras redes y entidades.

¿Cómo damos a conocer la red?

Reunión para formar el equipo de comunicaciones de la VCG

1. Reconocer la necesidad de la comunicación externa:

Nuestra red debe ser visible, tener presencia, si es que queremos llegar a nuestros destinatarios. Necesitamos además tener contacto con otras redes y otros actores (administraciones, empresas, colectivos,...) y con los medios de comunicación para amplificar nuestro mensaje.

Pero esta comunicación debe ser circular, de ida y vuelta. Esto es, debemos estar atentos, abiertos, a los planteamientos que nos lleguen desde estos mismos sectores.

2. Establecer los mecanismos que la hagan posible

Necesitamos una estrategia de comunicación, y quizás la más eficaz sea considerar que todo lo que hacemos (nuestras acciones, proyectos, iniciativas) son nuestros vehículos de transmisión de información. Nos presentamos, nos difundimos a través de lo que hacemos y de lo que logramos.

3. Diseñar la información

Desde el punto de vista planteado en el punto anterior podemos definir: qué es nuestra red; qué es lo que hace; y por tanto el contenido de nuestros mensajes. Para esto nos podemos servir de documentos, actas, boletines que nos permitan transmitir con claridad cuales son las ideas principales que vamos a difundir.

4. Seleccionar destinatarios

Bien, ya sabemos que es lo que queremos transmitir. ¿Y a quien no interesa transmitir esto? ¿Que otras redes, que colectivos, sectores, administraciones queremos que sean los destinatarios de esta información.

5. ¿Y cuales son los medios más adecuados?

Los boletines, la revista, el correo electrónico, la entrevista personal, cualquier otro que se nos ocurra

6. Evaluar los resultados

Todo lo anterior no sirve si no establecemos algún mecanismo que nos permita escuchar (ya que hablamos de comunicación) a los otros, estar atentos a si estamos comunicando lo pretendemos, si están recibiendo nuestro mensaje adecuadamente. (posibles indicadores: seguimiento de respuestas a nuestros envíos, asistencia a reuniones, percepciones de agentes externos,...)

7. Mantener la comunicación.

La comunicación externa eficaz es aquella que es permanente, continúa, no la que se hace de manera puntual. Necesitamos realizarla y alimentarla desde todas las partes de nuestra red, no puede ser una campaña puntual.



Trabajo en Redes

de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe

*Una propuesta para multiplicar
el alcance de la V Conferencia,
sumando recursos y capacidades.*



Trabajar y construir redes

- **Redes**
- **Diferentes maneras de participar**
- **Inserción en ámbitos culturales**



Redes

El trabajo en red es una forma de trabajar y comunicarse que puede ayudar a alcanzar nuestros fines y que tiene algunos elementos de novedad.

Algunas ideas al respecto:

- ❖ Participación activa
- ❖ Objetivos comunes
- ❖ Acción común
- ❖ Compromiso
- ❖ Tareas y funciones con corresponsabilidad
- ❖ Simplicidad y flexibilidad
- ❖ Animadores de la red y el proceso eclesial
- ❖ Sinergia, trabajo en equipo
- ❖ Comunicación
- ❖ Evaluación y aprendizaje permanente



Participación activa

El termómetro que mide la participación en una red es lo que se hace en ella y, sobre todo, cómo se hace. Se requiere que la participación de los miembros de esta red sea **activa**.

En otras formas de trabajo basta simplemente con enviar representantes o plantear alguna forma de contribución. Pero, en la cooperación basada en el trabajo en red, estas herramientas metodológicas se subordinan a la cualidad que debe caracterizar al conjunto de los participantes: **involucración activa**.





Objetivos comunes

Los integrantes de una red han de tener en común algunos de sus objetivos (aunque no necesariamente todos). *En nuestro caso el objetivo común es la Misión de la Iglesia en torno a la Preparación de la V Conferencia como un proceso eclesial fructífero.*



Hay que tener en cuenta que ninguno de los objetivos particulares puede ser contrario al objetivo común que se haya definido.

En cuanto a los objetivos, debe existir una comunicación bidireccional entre las distintas partes y la propia red. Esto es, la red debe de tener en cuenta los objetivos particulares de cada una de las partes, y todas las partes deben sentir como propios los objetivos comunes.

Objetivos comunes que incluyan los objetivos particulares.



Acción común

Los integrantes de una red **cooperan** y se **comunican**, para hacer y conseguir cosas juntos. Desde este punto de vista, el intercambio y la cooperación van orientados a la acción; y esta acción conjunta viene dada por la misión, el objetivo común definido por todos los que participan del trabajo en red.



La red está tan **orientada a la acción**, que será la propia acción conjunta que nos proponemos (el plan de acción definido para alcanzar los objetivos) la que nos organice, la que de forma a la estructura de la red.

Partimos de lo que queremos hacer para conseguir nuestro objetivo, para buscar la estructura, la forma adecuada de **organizamos**.

Objetivos traducidos en acciones: proyectos, programas ...



Compromiso

Para que una red funcione, es necesario un **compromiso** que vaya más allá de las meras palabras y las buenas intenciones. El compromiso se debe traducir inexorablemente en hechos. Deberé realizar aquellas tareas, aquella parte del trabajo, que me haya comprometido a realizar, sabiendo que el funcionamiento del todo depende del funcionamiento de cada una de las partes.

Trabajar en red supone asumir la **responsabilidad** y el **riesgo** de pertenecer a una red. Asumir responsabilidad y riesgo, **hacerse solidario** con el proyecto común de la V Conferencia.



Tareas y funciones con corresponsabilidad

Las actividades y acciones se reparten en tareas y funciones.

El trabajo en red no significa que todos hacen de todo, sin embargo, todos somos corresponsables de la tarea común. Lo que implica que debemos mantener el interés por conocer el avance en la consecución de la tarea común y cooperar –cumpliendo en primer lugar con lo que nos toca- para que se lleven a cabo las actividades y acciones que corresponden a otras personas.



Simplicidad y flexibilidad

Un principio importante del trabajo en red es evitar estructuras de organización ineficaces y superfluas. La organización en red debe ser un medio (no un fin) ágil para conseguir los objetivos comunes planteados, por eso mismo la adecuamos a la acción, a conseguir el objetivo, y la cambiamos cuando es preciso.

Algo que puede ser especialmente útil para lograr esta flexibilidad es la **comunicación continua** y el intercambio cotidiano de información.



Animadores de la red y del proceso eclesial

Una red no funciona sin impulso, es necesaria una fuerza dinamizadora. Alguien (entidad, grupo o persona) debe realizar esta tarea. Especialmente vemos esa dinámica en el CELAM, un liderazgo que anima y viene encaminando a facilitar la participación de todo el continente. Tenemos como otro ejemplo de trabajo en red al que realiza la RIIAL.

Liderar para fomentar la participación



Sinergia y trabajo en equipo

Es necesario que organicemos el trabajo de tal forma que exista una **confluencia de esfuerzos**, en pos de un objetivo común, sin que se dupliquen recursos.

Por ello, buscamos que exista **complementariedad** entre las partes. Cada parte tiene capacidades que sirven a los otros. Esto me permite aprovechar mis propios recursos y los de los demás.

Esta forma de trabajar permite alcanzar el objetivo particular de cada uno y alcanzar juntos el objetivo común.

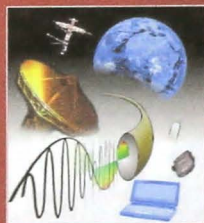
Complementariedad, suma de capacidades, esfuerzos y recursos, apoyo mutuo.



Comunicación

La comunicación, el diálogo permanente y el continuo intercambio de ideas es la forma básica de trabajo en red. Esto no significa estar planificando o reuniéndonos continuamente. Más bien, se proponen menos reuniones pero mejor preparadas y más efectivas, a la par que ponemos en marcha más formas distintas de comunicación que puedan ser más cotidianas y accesibles: teléfono, fax, correo electrónico, etc.

Base esencial: la comunicación.





Evaluación y aprendizaje permanente

Aprendemos de la experiencia, de la práctica, y no paramos de aprender. Es necesaria la evaluación, la observación continua de lo que hacemos todos juntos (no de lo que hacen los demás de la red) para saber qué estamos haciendo bien y qué debemos cambiar.

La evaluación no debe ser un trámite incómodo por el que debemos pasar, si no que es una oportunidad única para saber que vamos por buen camino y para mejorar. Por tanto los análisis de resultados colectivos deben ir enfocados más al aprendizaje que a la búsqueda de un culpable.

La acción y la organización son las fuentes principales de aprendizaje.



Diferentes maneras de participación

a) **Realizar propuestas** (actitud propositiva)

b) **Reaccionar** ante la situación. En términos de enseñar.

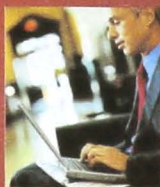
Para que esta dinámica pueda concretizarse es necesario contar con ideadores, conectores, difusores y sensores. Estas funciones se encuentran coordinadas e integradas a partir de una estrategia flexible de comunicación que tome en cuenta los posibles cambios culturales.

Todos deben tener sus objetivos claros y concretos.



Ideadores

Tienen como herramienta principal al *Documento de Participación* y su aporte debe sintetizarse en:



- Reflexión sobre la realidad cultural.
- Manejar muy bien temas de propuestas (que se pueden llamar temas-ejes).
- Resolviendo asuntos teóricos, investigando y polemizando cuando sea necesario.
- Los ideadores no se encuentran ajenos a las coyunturas.



Conectores

Tienen como herramienta principal a la *Internet* y su aporte debe sintetizarse en:



- Su principal habilidad está en su gran capacidad para establecer relaciones con otras personas significativas, por su don de gentes, capacidad de comunicación, etc.
- Les toca establecer los contactos con quienes son referentes en las diversas áreas sociales y que pueden ser «compañeros de ruta».
- Mantienen la comunicación y crean vínculos.



Difusores

Tienen como herramienta principal al Sitio celam.info y las fichas producidas por el CELAM. Su aporte será:



- Ser capaces de "traducir" las propuestas teóricas de los «ideadores» en mensajes que diversos públicos pueden entender, incluso a través de un desarrollo progresivo y pedagógico.
- Saben manejar las relaciones con los medios masivos y tener nociones de marketing.
- Son los organizadores de eventos culturales de acuerdo al público objetivo elegido.



Sensores

Su aporte debe estar en:



- Detectar en los diferentes ámbitos, especialmente mediáticos, así como las oportunidades y los desafíos que surgen en el campo de la evangelización.
- Alimentar con dicha información a las áreas que correspondan.



Inserción en ámbitos culturales

- Diócesis y Arquidiócesis.
- Las Universidades.
- Las Asociaciones Culturales.
- Los grupos independientes
- Los medios de comunicación social masivos.
- Las editoriales y publicaciones.

Objetivo general: Posicionar el acontecimiento de la VCG dentro y fuera de la Iglesia como acontecimiento relevante de relevancia eclesial y social, y como un espacio de evangelización y renovación pastoral que sirva a despertar una gran ilusión en el continente.

6. Objetivo con respecto a los públicos internos: Impulsar corrientes de opinión positivas en todos los niveles y estructuras de la Iglesia Latinoamericana y del Caribe, como también corrientes de apoyo a una profunda y efectiva renovación espiritual y renacimiento misionero.
7. Objetivo con relación a los públicos externos: Generar ideas y positivas corrientes de opinión públicas respecto al acontecimiento de la VCG, con relación al proceso y a sus principales líneas de contenido, entendido como un proceso privilegiado de nueva evangelización para el continente.
8. El acercamiento a los objetivos de la VCG y a los de una estrategia de información y comunicación requiere que debe iniciarse un trabajo más intenso al interior de las estructuras de la Iglesia, en consonancia con esos objetivos.
9. La estrategia de información y comunicación puede poner en funcionamiento, a corto plazo, el criterio de la "misa común". Con relación a los países subdesarrollados se podría beneficiar a corto plazo a los países y diócesis donde se les puede generar esos papotes.
10. Pensando más efectivo que la estrategia de información y comunicación tomara en cuenta ya como objetivo final el despertar una gran ilusión en el continente, incluso más allá de la realización del propio evento. Esto permitiría influir mejor las estrategias.

Reflexión sobre la articulación entre Departamentos de Comunicación y Oficinas de
Prensa, con la Organización de la VCG
Sugerencias de motivación en el proceso preparatorio
BOLIVIA

1. Una vez que se ha definido la naturaleza, características y alcances del evento, se debe convenir en la necesidad de articular una estrategia conjunta de información y comunicación.
2. Por tanto, el objetivo de la estrategia de información y comunicación se desprende del objetivo general de la VCG.
3. Un aspecto que aparece con mucha fuerza es la diferenciación de los ámbitos de llegada. En otras palabras es importante diferenciar los públicos internos y externos de la VCG en el continente y dirigir las iniciativas de acuerdo con esos niveles.
4. La estrategia de información y comunicación será formulada de manera específica para cada uno de estos ámbitos, sin perder de vista los diferentes puntos de articulación o coordinación.
5. Objetivo general: Posicionar el acontecimiento de la VCG dentro y fuera de la Iglesia como acontecimiento eclesial de relevancia eclesial y social, y como un proceso privilegiado de evangelización y renovación pastoral con miras a despertar una gran misión en el continente.
6. Objetivo con relación a los públicos internos: Impulsar corrientes de opinión pública en todas los niveles y estructuras de la Iglesia Latinoamericana y del Caribe, como dinámicas estratégicas de apoyo a una profunda y efectiva renovación espiritual y relanzamiento misionero.
7. Objetivo con relación a los públicos externos: Generar sanas y positivas corrientes de opinión pública respecto al acontecimiento de la VCG, con relación al proceso y a sus principales líneas de contenido, entendido como un proceso privilegiado de nueva evangelización para el continente.
8. El acercamiento a los objetivos de la VCG y a los de una estrategia de información y comunicación sugiere que debe encararse un trabajo más intenso al interior de las estructuras de la Iglesia, en coherencia con esos objetivos.
9. La estrategia de información y comunicación puede poner en funcionamiento, a corto plazo, el criterio de la "mesa común". Con relación a los paquetes audiovisuales se podría beneficiar a corto plazo a los países y diócesis donde no se ha podido generar esos paquetes.
10. Pareciera más efectivo que la estrategia de información y comunicación tomara en cuenta ya como objetivo final el despertar una gran misión en el continente, incluso más allá de la realización del propio evento. Esto permitiría enfocar mejor las estrategias.

11. Enfocar la herramienta del SPOL en esta misma línea, más allá del acontecimiento de la VCG. Esto permite visualizar herramientas específicas de interacción a nivel de calendarios, noticias, sondeos, temas de comentarios y foros, articulación de sitios web católicos, otros.
12. En el fondo se trata de suscitar y animar una RED de información y comunicación en el continente, que pasa también por la conformación de una red de comunicadores.

Atte.

José H. Rivera
Comisión de Comunicación
Conferencia Episcopal Boliviana



V CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE
"Yo soy el Camino, la Verdad y la Vida" (Jn 14, 6)
Discípulos y misioneros de Jesucristo, para que nuestros pueblos en Él tengan vida.

94

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN, OPINIÓN PÚBLICA E INCIDENCIA (Junio 2006 – Diciembre 2007)

OBJETIVO DE LA VCG

Vivir un proceso privilegiado de renovación espiritual e impulso pastoral dirigido a detestar una gran misión de la Iglesia Católica en el Continente.

POBLACIÓN META

Públicos internos: (nivel eclesial)

- ✓ Conferencias episcopales
- ✓ Diócesis y parroquias del continente
- ✓ Pueblo de Dios: jerarquía, vida religiosa, fieles
- ✓ Procesos pastorales en movimiento
- ✓ Universo comunicacional eclesial

Públicos externos: (nivel general)

- ✓ Países (autoridades y población)
- ✓ Universo comunicacional
- ✓ Entidades públicas y privadas
- ✓ Otros

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA:

Lograr un impacto real y sostenido en el tiempo del Proceso de la VCG, en todos los ámbitos de acción de la vida del continente y al interior de las estructuras de la propia Iglesia.

ACTIVIDADES PRINCIPALES:

- ✓ Conformación de la red de información y comunicación
- ✓ Difusión de materiales
- ✓ Elaboración de paquetes audiovisuales (afiches, spots, cuñas radiales, otros)
- ✓ Gestiones de Oficina de Prensa
- ✓ Trabajo de "lobby" e incidencia directa
- ✓ SPOL como herramienta de articulación

RECURSOS DISPONIBLES:

- ✓ Medios de Comunicación de Iglesia en el Continente
- ✓ Otros medios de comunicación
- ✓ Revistas, periódicos, agencias de Iglesia
- ✓ Servicios informativos electrónicos
- ✓ Sitio WEB (SPOL)

RECURSOS POR GESTIONAR:

- ✓ Formulación de una estrategia de información y comunicación conjunta
- ✓ Red de información y comunicación

PRIMERA FASE: ANTES (VI.06 – IV.07)

Paquete audiovisual
Spots, Cuñas, Afiches,
Otros

- Lanzamiento
- "Lobby" con MCS
- Iniciativas de Oficina de Prensa

- Lanzamiento del proceso
- Conformación de equipos de trabajo
- Gestiones de Oficina de Prensa
- Relevamiento de recursos (directorio de medios y servicios de información y comunicación de la Iglesia)
- Conformación de la red de información y comunicación
- SPOL funcionando

SEGUNDA FASE: DURANTE (V.07)

Paquete audiovisual
Spots, Cuñas, Afiches,
Otros

- Seguimiento
- "Lobby" con MCS
- Iniciativas de Oficina de Prensa

- Seguimiento del proceso
- Conformación de equipos de trabajo
- Funcionamiento de una Oficina de Prensa
- Trabajo de la red de información y comunicación
- Herramienta SPOL funcionando

TERCERA FASE: DESPUÉS (VI.07 – XII.07)

Paquete audiovisual
Spots, Cuñas, Afiches,
Otros

- Sostenimiento
- "Lobby" con MCS
- Iniciativas de Oficina de Prensa

- Sostenimiento del proceso
- Difusión de las grandes líneas de conclusión
- Gestiones de Oficina de Prensa
- Trabajo de la red de información y comunicación
- Herramienta SPOL funcionando



CONFERENCIA GENERAL

DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE



PLAN DE COMUNICACIÓN

DESAFIOS



- Comunicación de las vivencias de la Iglesia como testimonio en las distintas dimensiones de la vida
- Dar a conocer los procesos de nuestros pueblos que manifiestan signos de vida
- Fortalecimiento de los procesos de comunicación en la organización interna de la VCG
- Sostenibilidad de los procesos de participación

DESAFIOS



- Incidencia y vigencia del proceso pastoral de la VCG
- Favorecimiento del diálogo entre las diversas líneas de pensamiento en la Iglesia
- Uso del lenguaje adecuado según cada uno de los públicos
- Optimización de los recursos tecnológicos disponibles
- Presencia y actividad del Papa en la VCG

VISION



Una Iglesia Católica
renovada en un
Continente esperanzado
por el testimonio de
discípulos y misioneros de
Jesucristo

MISION



Comunicar para que toda la Iglesia en América Latina y el Caribe conozca y participe en los procesos de la VCG y sea testimonio para nuestros pueblos

OBJETIVO GENERAL



Comunicar la propuesta de la VCG propiciando la participación de los católicos del Continente, dando a conocer su testimonio como discípulos y misioneros

OBJETIVOS ESPECIFICOS



- Apoyar desde el ámbito comunicacional, los procesos de participación de la VCG
- Facilitar espacios de diálogo y participación entre los diversos actores involucrados en la VCG
- Establecer mecanismos y estrategias para la difusión del proceso de la VCG

OBJETIVOS ESPECIFICOS



- Establecer estrategias de relación y alianzas con instancias de comunicación, garantizando el acceso de todos
- Garantizar la comunicabilidad de los contenidos teológico-pastorales de la VCG
- Optimizar el uso de los recursos tecnológicos y comunicacionales

POLITICAS



- Servicio de comunicación pastoral a la verdad
- Acceso a la información con transparencia, agilidad, eficiencia y responsabilidad
- Incidencia y vigencia del proceso de la VCG

COMPONENTES ESTRATEGICOS



- Contenidos
- Organizacional
- Mediático
- Formativo
- Sostenibilidad

CUALIFICACIÓN



Proceso de participación y
comunidad para la
cualificación comunicacional
de la V Conferencia General
del Episcopado de América
Latina y el Caribe

PRELIMINAR



La V Conferencia General del Episcopado ha mirado a la comunicación como parte fundamental de su preparación en diferentes dimensiones, como en el desarrollo de procesos para la recolección de aportes al documento de participación.

- La cualificación comunicacional es un proceso inspirado en la innovación que trae la práctica de la participación que la VCG viene animando en el Continente.

PRELIMINAR



- Son espacios de reflexión e integración, y difusión de sus resultados frente al reto que el actual contexto formula a la Iglesia, como un intento por recoger lo frutos que las semillas del Verbo ha heredado en el pueblo Latinoamericano.
- El “Proceso de Participación y Comunión para la Cualificación Comunicacional de la VCG” hace referencia a tres ámbitos: la reflexión, el análisis de contenidos y la producción de los mismos en clave mediática

ÁMBITO DE COMUNIÓN



Reflexión, diagnóstico, síntesis y publicación de la prospectiva y perspectiva de la comunicación de la iglesia como aporte a la cualificación comunicacional de la VCG

AMBITO DE PARTICIPACIÓN



Recolección, análisis y difusión del recorrido comunicacional de la oficina de prensa y el departamento de comunicación del CELAM como aporte a las Conferencias Episcopales y a sus Departamentos de Comunicación en América Latina y el Caribe

AMBITO MEDIÁTICO



Análisis y diversificación de los contenidos propuestos para el proceso de la VCG y reproducirlos teniendo en cuenta los lenguajes de los diversos medios de comunicación



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

ENCUENTROS REGIONALES

- 1. Encuentro Países del Cono Sur**
- 2. Encuentro Países Bolivarianos**
- 3. Encuentro Países Centroamérica, México y Caribe**



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

ENCUENTRO PAISES DEL CONO SUR

- 1. Convocatoria**
- 2. Objetivos**
- 3. Metodología**
- 4. Informativo**
- 5. Propuestas: diagnóstico, qué hacer, cómo hacerlo**
- 6. Propuestas para el nivel Latinoamericano**
- 7. Evaluación**
- 8. Lista de Asistentes**
- 9. Resumen Económico**



Bogotá, 03 de abril de 2006

Monseñor

SERGIO FENOY

**Secretario General Conferencia Episcopal de Argentina
Ciudad**

Excelencia, reciba un saludo cordial en Cristo Jesús.

Acercándonos ya a la celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, estamos proyectando la realización del **Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación inmediata de la Cobertura de la VCG**, evento a realizarse en la *Ciudad de Santiago, los días 07 al 09 de agosto del 2006*.

El Objetivo general del Encuentro es “Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Cono Sur”. Específicamente trataremos los temas:

1. Conocer los procesos de preparación y celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
2. Establecer los mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz de la VCG.
3. Determinar estrategias para la incorporación de todos los medios de comunicación de los países en la difusión informativa de la VCG.

En sucesiva comunicación daremos indicaciones precisas del lugar donde se realizará el evento. La convocatoria se hace Usted como Secretario General de su Conferencia Episcopal, así como al Director del Departamento de Comunicación. Para confirmación de asistencia se agradece comunicar a nuestra oficina de prensa a los teléfonos + 57 – 1 – 657.83.30 o a los correos electrónicos prensa@celam.org o prensa_director@celam.org. La Oficina de Prensa del CELAM, contando con la colaboración del SCLA proveerá el boleto aéreo desde la capital del país hasta la Ciudad de Santiago, el traslado interno hasta el lugar de la reunión y los costos completos del alojamiento y la alimentación.

Sin otro particular, e implorando a Dios siga bendiciendo su labor, me suscribo,

Mons. Baltazar Porras Cardozo
Presidente Departamento de Comunicación
CELAM



OFICINA DE PRENSA

***Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación Inmediata
de la Cobertura V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe***

Santiago – Chile

07 al 09 de agosto de 2006

OBJETIVO GENERAL

Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Cono Sur.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Socializar con los participantes aspectos relevantes de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
- Establecer mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz en los países convocados.
- Establecer las estrategias adecuadas para que se incorporen los medios tanto católicos como laicos en la difusión informativa de la VCG.



OFICINA DE PRENSA

Encuentro Regional en el Cono Sur para la Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Santiago – Chile

07 al 09 de agosto de 2006

METODOLOGIA

1. La Reunión la desarrollaremos en Día y medio, iniciando el lunes 07 a primera horade la tarde, finalizando la noche del martes 08.
2. Habrá una presentación informativa del estado actual del proceso hacia la V Conferencia General. Después de la presentación tendremos tiempo para el diálogo.
3. Luego se presentará el proyecto de comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. También habrá diálogo.
4. Por países se trabajará para conocer las posibilidades comunicacionales que brinda cada uno y determinar las posibilidades de apoyo y alianzas.
5. Planificación del proceso en los países y el aporte latinoamericano desde el CELAM.



OFICINA DE PRENSA

ENCUENTRO REGIONAL EN EL CONO SUR PARA PREPARACION INMEDIATA DE LA COBERTURA DE LA VCG Santiago - Chile, 07 al 09 de agosto de 2006

INFORMATIVO

1. La sede del Encuentro es la Casa de Ejercicios Pedro de Córdoba. Dirección: Av. Apoquindo 9090, Las Condes, Santiago. Teléfono: + 56 - 2 - 220.64.94.
2. La moneda es el Peso Chileno (\$). El cambio está relativamente estable y su valor aproximado es de 545 \$ chilenos por 1 US \$.
3. El clima es de invierno con temperaturas que oscilan entre los 3 ° en las mañanas, hasta los 16° como máxima. La recomendación es llevar ropa de invierno.
4. El Evento se desarrollará en dos días de trabajo, comenzando la tarde de lunes 07 de agosto y terminando con el almuerzo del día miércoles 09. La llegada puede ser el domingo por la tarde / noche o el lunes a primera hora, la salida puede ser el miércoles por la tarde o jueves en el transcurso del día.
5. El Objetivo General del Encuentro es: "Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Cono Sur".
6. La tarde del primer día será para presentar una panorámica de la situación actual de la VCG, sus preparativos y sus proyecciones hasta la realización en mayo del 2007. Habrá conversatorio sobre la presentación y aclaración de dudas. También se habrá presentación sobre el proceso de participación que se realiza en los actuales momentos.
7. El segundo día será la presentación del proyecto de comunicación para la VCG. Conoceremos sus objetivos y el plan general. Se tendrá sesión de trabajo para determinar mecanismos de apoyo desde las Conferencias Episcopales al proceso comunicativo e informativo de la VCG. Los informes los presentaremos por grupos regionales, en los que se determinarán los aspectos más significativos que serán los llevados a la plenaria.
8. Otra sesión de trabajo del segundo día será el establecer estrategias que apunten a la incorporación de los medios de comunicación, tanto católicos como laicos, en los procesos de difusión de la VCG.
9. Las sesiones plenarias serán para la toma de decisiones operativas de los trabajos de las sesiones.
10. Para el desarrollo fluido del trabajo es importante el aporte de todos. Por eso pedimos que elaboren y lleven a la reunión un listado con el nombre de los medios católicos de su país, con el nombre de algún responsable y una dirección electrónica. Si tienen páginas web's también deberían ser incluidos en el listado. También pedimos que piensen en las posibilidades comunicacionales de un evento como la VCG, y las escriban, para que podamos compartirlas y discutir las. La idea es no llegar en cero, sino ya tener previstos algunos aportes.
11. Con el equipo de comunicación de Chile estamos coordinando los aspectos logísticos de traslado aeropuerto - hotel - aeropuerto, según los itinerarios de sus vuelos.



109

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia
 General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
 Santiago – Chile

07 al 09 de agosto de 2006

PROPUESTAS PAISES CONO SUR

ARGENTINA

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	Fuera del tiempo; intentando conservar “nuestro poder” dentro de la sociedad; incapaces de comprender los problemas actuales; política del “secreto”.	1. Ser cada día más fieles al estilo de vida evangélico (como resultado de una correcta autocrítica). 2. Actitud humilde de diálogo. 3. Nuestra postura debe basarse en la competencia y seriedad con que tratamos los temas.	1. Conversión permanente. 2. Mostrar la verdadera vida de la Iglesia en testigos concretos y con lenguaje apto. 3. Identificar y comprometer gente capacitada en distintos temas.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	<u>Curiosamente</u> buena.	1. Potenciar la cordialidad y cercanía.	1. Continuar con las reuniones periódicas que venimos haciendo.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Muy buena.	Aprovechar la buena disposición que tienen para plantearles el tema de la VCG.	Con ocasión de la próxima Reunión de la Comisión Permanente de la CEA en agosto y la Plenaria de Noviembre.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Medios: Aica, Cristo Hoy, Radios, proyecto de canal de Buenos Aires. Poca Sintonía.	1. Desde la Comisión Episcopal de Comunicación Social generar una acción para acompañar la actividad de los medios, respetando la identidad de cada uno y el lógico pluralismo.	1. Pidiéndole a la Comisión Episcopal que lo haga.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Muy baja.	1. La Oficina de Prensa trabaja principalmente en relación con los medios no	1. Respetar la competencia de la Comisión Episcopal.

MEDIOS ECLESIALES	1. IDENTIFICAR CON PROYECTOS/ PROCESOS INSTITUCIONALES	1. Identificar con los medios eclesiales de la Comisión Episcopal Pastoral para la Comunicación. Planes locales de pastoral.	eclesiales nacionales. La relación con los medios eclesiales es propia de la comisión episcopal. 2. ¿El CELAM está trabajando la VCG con las comisiones episcopales?	110
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Aceptación más bien pasiva; poco entusiasmo aunque mejorando.	1. Seguir insistiendo en la "novedad" de la participación. 2. Difundir aún más la oración de la VCG.	1. Buscar una instancia para preparar a los delegados a la VCG y acordar pautas comunicacionales con ellos.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Buena disponibilidad.	1. Debemos hacer que la información "circule" más. Potenciar la página Web de la CEA.	2. Junto con la oración para la VCG, difundir la devoción a Nuestra Señora Aparecida. 1. Difundir semanalmente a todos los que reciben el boletín de información de la CEA noticias referidas a la VCG.

BRASIL

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	De um modo geral, se tem uma idéia de Igreja como referência ética na sociedade, defensora dos direitos humanos e da verdade. Como instituição de credibilidade há ainda, um pouco de conceito de que a Igreja censura.	1. Ligar a imagen e ação da Igreja a fatos positivos e causas boas.	1. Artigos, entrevistas, cobertura de eventos nos meios cujos contatos temos.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Boa relação, em geral. Exceto alguns meios que têm um projeto de desmoralização da Igreja, para retirar a credibilidade.	1. Manter portas abertas a mídia.	1. Acolhendo, atendendo, convidando, informando, ocupando espaço oferecidos, acietando convites da mídia.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Existe abertura. Há interesse em conhecer a posição da Igreja sobre tudo que acontece.	1. Manter contato permanente com a grande mídia. 2. Premiação.	1. Através do serviço da assessoria de imprensa. 2. Premiando matérias e jornalistas da grande mídia

111

				que sintonizam com o pensamento da Igreja.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Existe, a través da assessoria de imprensa e da Comissão Episcopal Pastoral pela Comunicação. Plano bienal da pastoral.	1. Desenvolver a Pastoral dos meios de comunicação.	1. Convocar os meios de comunicação ligados a Igreja Católica e tratar da VCG.
			2. Elaboração do Diretorio de comunicação.	2. Processo em andamento pelas Comissoes Episcopais de Pastoral da Comunicação.
			3. Propor entrevistas, matérias.	3. Convocando os meios para cobrir os eventos.
			4. Programa diário para m.c.s. (rádio, TV, web).	4. Propondo aos meios conforme lista.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Boa adesão. Motivação das dioceses e bases para a participação. Por meio do doc. De participação. Debe crescer muito.	1. Despertar o interesse dos m.c.s. em torno do fato da VCG.	1. Alertar para os fatos e convidar pra cobrir.
			2. Produzir informação e distribui-las.	2. Através do Serviço de Assessoria de Imprensa e distribui-lo através dos meios.
			3. Boletim notícias.	3. Pela coluna da VCG e encarte semanal.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Através do Spol. Eleição dos delegados. Eventos: campanha da fraternidade, campanha para evangelização, novena do natal...	1. Ligar os fatos e reuniões a VCG.	1. Reuniões, convocações, publicações.
			2. Site da CNBB e Boletim diário (eletrônico) e semanal.	2. Publicando artigos, textos, entrevistas diária e semanalmente.
			3. Envolver as Comissões Episcopais de Pastoral, Regionais, Dioceses.	3. Reunindo os encarregados.
			4. Promover eventos através dos organismos, movimentos, pastorais...	4. Estimulando e apoiando a realização.
			5. Assembléia Geral da CNBB 2007 – “A caminho da VCG”.	5. Preparando o tema e envolvendo todos os bispos na participação.

	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Artigos de bispos e teólogos, mídia católica, comunicação com as universidades e faculdades de teologia. Publicação da coleção VCG (5 volumes). Link na página www.cnbb.org.be , sites locais, em português: www.br.celam.info .	1. Artigos, entrevistas, notícias.	1. A través do site da CNBB. Sites locais e VCG em português (www.br.celam.info).
--	---	--	------------------------------------	--

CHILE

	DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA. La Iglesia es fuente de noticia. Hay interés por algunos temas desde las líneas editoriales. Institución que recupera la confianza ciudadana luego de situaciones de escándalos que han afectado su credibilidad.	1. Establecer políticas de acercamiento a los medios y a sus periodistas.	1. Contacto personal con comunicadores, encuentros formales e informales, periódicos, de obispos con la prensa.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA. Muy buena llegada y cobertura en medios regionales. A nivel nacional, neutralidad.	2. Diseñar e implementar estrategias comunicacionales preactivas con temas de alto interés masivo.	2. Con aporte de comunicadores diocesanos y asesores de la Oficina de Prensa.
		1. Convocar permanentemente a todos los medios sin distinción a acciones públicas de la Iglesia.	1. Conferencias de Prensa, ceremonias, lanzamientos, conversatorios.
		2. Calificar vocerías para medios y temas específicos.	2. Talleres de formación para voceros, catastro de fuerzas de Iglesia.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO. Sujeta a “noticiabilidad”.	3. Intensificar buena relación con medios locales.	3. Contacto permanente de obispos con medios en diócesis.
		1. Ofrecer a los medios temáticas atractivas para divulgar mensajes de Iglesia.	1. Contacto personalizado con editores y reporteros que cubren Iglesia y secciones afines.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES Creciendo en comunión. Siempre desde los filtros editoriales (obispo, congregación).	1. Diseñar y ejecutar una estrategia comunicacional progresiva, posicionando la fase previa de ambientación a la VCG, motivando una amplia cobertura y	1. Incorporando a los responsables de los medios de Iglesia en el diseño y ejecución de esta estrategia.

	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Disponibilidad para informar del proceso. No necesariamente se asume como una línea fuerza editorial del medio.	seguimiento posterior. 1. Lograr compromisos de los medios eclesiales con mayor presencia a nivel nacional (canal 13) para implementar el punto 1 de la sección previa.	1. A través de alianzas estratégicas con esos medios y proporcionándoles el material adecuado en forma oportuna.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Dedicación completa del equipo de la CECH. Transversalmente está presente en áreas pastorales, asamblea plenaria, comisión.	1. Avanzar en lo que se ha logrado.	1. Con un seguimiento permanente.
			2. Acompañar con insumos a organismos de la CECH y de las diócesis.	2. Con recursos del CELAM y de fuentes nacionales sugeridas por la CECH.
			3. Involucrar a áreas y unidades menos sensibilizadas.	3. Favoreciendo en instancias de coordinación interna la evaluación de la marcha de la VCG.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Adherencia plena, con matices en sintonía con procesos nacionales y calendario pastoral comunicacional.	1. Reunir a comunicadores diocesanos y de medios de Iglesia para lograr su compromiso con la presencia comunicacional de la VCG.	1. Encuentro nacional o encuentros regionales de comunicadores. 2. Foro RIAL Chile.

PARAGUAY

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	En general favorable: credibilidad. Referente para temas sociales y políticos. Iglesia como "JERARQUIA", casi no hay aparición de laicos.	1. Promover la figura de laicos como voceros especializados en diversos temas.	1. Identificar listado de temas clave de la VCG.
				2. Convocar a los laicos conforme a lista de temas.
				3. Capacitarlos en el tema de la vocería.
				4. Someter el listado a la aprobación del Consejo Permanente.
				5. Proveer a los medios de un directorio de fuentes.
			2. Trabajar a la Iglesia como fuente para temas de fe, éticos, cultura.	1. Capacitar a los obispos, sacerdotes y laicos voceros para el manejo de medios

				en función de la agenda propia.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Buena, en especial de algunos obispos y algunos sacerdotes. También la Conferencia Episcopal.	1. Establecer una estrategia de contactos más cercanos y personalizados con los periodistas de diversos medios.	1. Visita programada a los medios, cortesía.
			2. Realizar charlas, talleres, encuentros informativos y formativos con periodistas sobre la VCG y otros temas de interés.	2. Invitar a los periodistas a la CEP.
				3. Organizar meriendas, desayunos, almuerzos en ocasiones especiales.
				1. Equipo coordinador con apoyo de oficina de prensa, convoca y dirige los encuentros con los periodistas.
				2. Que los periodistas conozcan y entiendan la VCG, su temática, objetivos y metodología.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Hay apertura en los medios, especialmente la Televisión. Periodistas en particular de los diarios (ABC).	1. Elaborar una propuesta de difusión y cobertura de la VCG y su proceso de preparación y seguimiento de su realización y su vigencia.	
			2. Establecer contactos, alianzas, convenios con los medios (televisión, prensa, radio).	1. Elaborar y presentar a los M.C.S. la propuesta de producción y difusión.
				2. Proveer información actual, oportuna, completa, ágil sobre las actividades de la VCG.
			3. Compromiso para proveer información con transparencia, agilidad, eficiencia y responsabilidad.	
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Hay sintonía plena con las radios de la Iglesia y su red de emisoras. Radios comunitarias de todo el país. Publicaciones católicas, prensa.	1. Reunión de trabajo / taller con directivos, jefes de área y productores de las radios católicas para informar y formar sobre la VCG.	1. La CEP convoca y dirige una reunión de trabajo para establecer estrategia de producción y difusión de materiales radiofónicos de la VCG.
				2. Previamente informar y formar a los directivos y

			1. Establecer un equipo de producción radiofónica que elabore programas para su difusión en la red y en las radios comerciales de las diócesis y radios comunitarias.	1. productores. 3. Conformar equipo de producción. 4. Elaborar y distribuir los materiales producidos.
			2. Proveer información transparente, oportuna, completa a los medios, según el tipo.	
			3. Reunión / taller con directores, redactores, columnistas de los medios impresos católicos.	1. La CEP convoca y dirige una reunión de trabajo para informar, formar y difundir la VCG.
			4. Resultado esperado: muy bueno si se cumplen las condiciones del punto anterior.	
CONFERENCIA EPISCOPAL	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Buena.	1. Caacupé 2006: énfasis de la liturgia / homilias de los obispos en la VCG.	1. Solicitar a la comisión de liturgia preparar subsidios para las celebraciones litúrgicas durante el novenario.
	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Buena, en proceso.	2. Proveer información permanente, adecuada, oportuna a los obispos sobre la marcha de la VCG, a nivel nacional y latinoamericano.	1. Boletín mensual sobre la marcha de la VCG en las diócesis y en Latinoamérica. 2. Pedir a los obispos que establezcan el rezo de la oración de la VCG al final de todas las misas, hasta la culminación de la conferencia.
			3. Orientar actividades masivas de la Iglesia (navidad en familia,	1. Contactar y solicitar desde la CEP a los responsables de estas

		cuaresma en familia) sobre el tema de la VCG.	acciones que el tema se oriente hacia la VCG.
		4. Subsidios para fiestas patronales, para jornadas y retiros espirituales.	
		5. Impulsar como tema central en las actividades de las coordinaciones pastorales nacionales.	1. Agendar el tema para las reuniones mensuales de secretarios ejecutivos.
			2. Recomendar que el tema de la VCG sea transversal y resaltante en las actividades previstas por las coordinaciones pastorales.
2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Coordinación nacional de pastoral de la comunicación. Se incorporará en el segundo semestre y en el plan 2007.	1. Agendar como tema central de los próximos encuentros de la coordinación nacional de comunicación.	
		2. Adaptar la Web de la CEP con información actual, permanente, completa y oportuna sobre la VCG.	2. Asignar personal para actualización de la Web.
		3. Elaborar un plan de comunicación específico para impulsar el proceso de la VCG.	3. Convocar a reunión de día y medio a la Coordinación de Pastoral de la Comunicación para elaborar con la Oficina de Prensa un plan específico de comunicación de cara a la VCG.

URUGUAY

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
1. VISION DE LA IGLESIA.	Alta credibilidad. Voz importante en temas sociales, políticos, económicos, éticos. No en temas internos.		1. Podemos cambiar la cara que mostramos de la Iglesia. Mostrar a la Iglesia de Jesús (no la de Benedicto), la de	1. Pasar la "posta", ofrecer otros voceros.

MEDIOS NO ECLESIALES

117

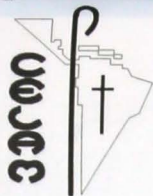
		los cristianos de a pie, no sólo la Asamblea de Obispos. Seremos noticia si somos capaces de que nos perciban así.	2. Explicitarlo en los encuentros y en todas nuestras comunicaciones.
2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Muy buena. Con buenas relaciones personales que se cultivan. Hablan con los obispos (Presidente, Secretario General: tienen sus números de celular). En cualquier momento, en cualquier lugar y tema.	1. Promover laicos referentes. Que las "fuentes" de información eclesial no se agoten en los obispos. Darle visibilidad a "la periferia", de esa forma la Iglesia será noticia. 2. Generar instancias de "enlace entre los medios y las otras voces de la Iglesia.	1. Ofrecer en la Web diversidad de opiniones. 2. Elaborar un listado de referentes y animarlos a hablar y ofrecer un media training para quienes lo necesiten.
3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Buena si son temas de interés para la sociedad.	1. Continuar y acentuar el trabajo que se viene desarrollando (encuentros de formación y de relaciones públicas). 2. Promover encuentros para mostrar nuestro "proceso de conversión". Que se perciba que la VCG es un proceso que ya comenzó pero que sigue. 3. Aprovechar todas las instancias para anunciar: encuentros de fin de año, micros de TV para navidad. 4. Ofrecer subsidios, promover entrevistas con todos los actores del proceso (también por las bases), incentivar corrientes de opinión. 5. Estimular a los empresarios católicos reunidos en ACDE a que apoyen en sus pautas publicitarias a productos	1. Aprovechar las instancias de encuentros habituales. 2. Ofrecer entrevistas exclusivas. Contacto permanente. 3. Información permanente: Web, subsidios.

**MEDIOS
ECLESIALES**

			comunicacionales relativos a la VCG. Suplementos en diarios.	
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Hay sintonía aunque cumplen con informar. No hay resistencias.	1. Promover encuentros de alcance nacional y luego regionales con el seguimiento de cada diócesis.	1. Enterar y motivar. Conocer las necesidades de información, las posibles resistencias.
				2. Motivarlos a elaborar juntos un listado de posibles fuentes de información.
			2. Ofrecer toda la información disponible, subsidios, estimularlos a compartir ese modo de mostrar a la Iglesia en el mundo, a superar la autocensura, a que generen corrientes de opinión.	2. Ofrecer subsidios. ¿El CELAM tiene pensados algunos (spots, impresos)?
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	No es tema prioritario aún. Informar. No generan opiniones diversas.	1. Informar, entregar subsidios, estimularlos a que elaboren separatas en las publicaciones, a que aborden el tema con todas las aristas en los espacios radiales y de TV.	
			2. Contactarlos con otras fuentes de información que no sean solo los obispos o sacerdotes. Que puedan informar sobre cada etapa del proceso, que se promuevan entrevistas.	2. Que se animen sin temor a la censura.
			3. Colgar en la Web toda la información y entrevistas o ponencias sobre la temática para que sirvan de background (esto también para medios no eclesiales).	3. Ofrecer la Web con la fuente de información.
			4. No tenemos recursos económicos para grabar spots, jingles, videos, pero si	

**CONFERENCIA
EPISCOPAL**

			el CELAM los hiciera en un lenguaje apropiado a nuestro medio podríamos ofrecerlos a los medios de Iglesia.	
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Se ve con simpatía, favorable, pero aún como algo externo. Es vista como un aporte exterior a la vida de la CEU. La gran expectativa es ¿qué viene después?	1. Enfoque "mordiente", que no sea más de lo mismo los aportes (populismos, temas de educación, salud, seguridad, ecología).	1. Comisión VCG – agosto. Dar cuenta de esta reunión para: a) redacción de la síntesis CEU; b) promover en las vicarías pastorales.
			2. Que se reflexione sobre estos temas urticantes.	2. Consejo Permanente.
			3. Promover el estudio y el hacer frente a estos temas en la VCG.	
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Se apuesta. Se acaba de crear la Oficina de Prensa, se le asignan recursos propios como algo separado del DecosCEU. La estrategia comunicacional no es aún de la CEU. Se apuesta a la estrategia de la Secretaría de la Oficina de Prensa.	1. Asignar efectivamente recursos.	1. Adveniat (pedido de recursos) y otros. Equipos de oficina y para actividades de Relaciones Públicas.
				2. Buscar formas de obtener recursos directos, que no sea sólo por donación.
			2. Definir un plan de comunicación acorde al objetivo de mostrar la cara de la Iglesia, la real.	2. Plan definido de comunicación de acuerdo al Objetivo: ¿qué vamos a decir?



OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia
General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
Santiago – Chile

07 al 09 de agosto de 2006

120

¿QUE HACER? ¿COMO HACERLO? (NIVEL LATINOAMERICANO)

¿QUÉ HACER?	¿COMO HACERLO?
Acceder de manera rápida y oficial a la información sobre la VCG y lo que sucede en cada CCEE.	Comunicación directa entre el CELAM y las oficinas de prensa de las conferencias episcopales.
	Recibir información sobre las dos reuniones regionales restantes y que hagan conclusiones generales.
	Distinguir entre lo que el CELAM le pide a las oficinas de prensas y a las distintas comisiones episcopales.
Unificar imagen VCG	Pensar en difundir la imagen y significado de la virgen de aparecida como uno de los símbolos de la VCG
Crear un lema y una imagen.	Promover un concurso latinoamericano.
Preparar subsidios y producir spots y micro para radio.	Que el CELAM promueva la distribución de las mejores piezas y materiales.
	Compartir los instrumentos comunicacionales.
Mantener intercambio de todo el proceso.	Poner en común los artículos y materiales informativos en el portal del CELAM.
Fortalecer el Noticelam como la agencia de noticias de la VCG.	Mejorar la calidad de entrega informativa traduciendo documentos en clave de redacción periodística.
	Trabajar comunicados que ayuden a crear ambiente para VCG.
Poner en comunión a otras agencias y redes, Zenit, Asiprensa, RIIAL.	Entablar contacto personal desde el CELAM con las líneas editoriales de esas agencias para comunicarles las prioridades comunicacionales de la VCG.



OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia
General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
Santiago – Chile
07 al 09 de agosto de 2006

121

¿QUE HACER? ¿COMO HACERLO? (NIVEL LATINOAMERICANO)

Privilegiar las CCEE como canales de distribución de noticias de la VCG a los medios de los países.	Disponer de las oficinas de prensa nacionales para el posicionamiento de la VCG en los nacionales con los acentos y desde perspectivas y prioridades de cada país.
Disponer de recursos continentales a disposición de los países.	Música, spots para TV y radio, avisos para impresos en formatos profesionales.
Actualizar permanentemente la Web de CELAM con la marcha de la VCG en los países y en el continente.	Las CCEE envían información a medida que éstas se generan en los países.
Compartir las experiencias y metodologías exitosas entre las conferencias a través del CELAM.	Las CCEE remiten al CELAM las experiencias y metodologías que les han parecido exitosas.
Compartir publicaciones y otros materiales audiovisuales e impresos útiles para el proceso.	Las CCEE envían un listado de sus producciones al CELAM y los pone a disposición de otras conferencias
Compartir planes de comunicación.	Las conferencias remiten los planes de comunicación específicos de la VCG al CELAM.
Partillar informação.	Através de boletines de informação ao portal do CELAM.
Divulgar susídios dos eventos realizados pelo CELAM em preparação a VCG.	Que o CELAM disponibilize para todas as conferências.
Susitar e divulgar mais reflexões teológico pastoral.	Através de susídios e contribuições de especialistas, teólogos, pastoralistas.
Favorecer as informações sob a VCG.	Que o CELAM instale uma sala de informações em Aparecida (local da VCG).



Encuentro Regional en el Cono Sur para la Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Santiago – Chile, 07 al 09 de agosto de 2006

EVALUACIÓN

I. Metodología y proyección general de la Reunión

Aspecto	5	4	3
1. Las actividades del Encuentro favorecieron el logro de los objetivos	62,5 %	37,5 %	
2. La duración del Encuentro fue apropiado	62,5 %		37,5 %
3. La distribución del tiempo fue adecuada	62,5 %	37,5 %	
4. El nivel de trabajo en el Encuentro fue de calidad	87,5 %	12,5 %	
5. Al finalizar el Encuentro, ¿qué tan motivado está para asumir los compromisos propuestos en la misma?	75,0 %	25,0 %	

Comentarios: Excelente grupo humano. Todo muy bien. O empenho nos compromissos é limitado porque deve ser partilhado em outros níveis de decisão.

II. Ponentes

Aspecto	P. David		P. Jorge Luis	
	5	4	5	4
1. Conocimientos adecuados del tema	100,0 %		85,0 %	15,0 %
2. Presentó los conceptos con claridad	100,0 %		71,0 %	29,0 %
3. Estimuló la participación	100,0 %		85,0 %	15,0 %
4. Facilitó la discusión	100,0 %		71,0 %	29,0 %
5. Escuchó con atención a los participantes	85,0 %	15,0 %	57,0 %	43,0 %
6. Se mantuvo en los objetivos planteados	100,0 %		85,0 %	15,0 %

Comentarios: Muy buenos facilitadores.

III. Servicios

SERVICIOS	5	4	3
1. Servicio de coordinación	85,0 %	15,0 %	
2. Servicio de secretaría	57,0 %	43,0 %	
3. Animación de la oración y la liturgia		57,0 %	43,0 %
4. Alimentación	85,0 %	15,0 %	
5. Hospedaje	100,0 %		
6. El salón de trabajo	57,0 %	43,0 %	

Comentarios:

IV. Aspectos Generales

1. Apreciación general de la Reunión.

(5 = 83,0 % / 4 = 17,0 %) **Comentarios:** Muito bom. Se desenvolveu de maneira tranquila, amistosa, flexível, objetiva. Muito obrigado. Realmente muy enriquecedor. Todo fue muy bien preparado; se alcanzaron los objetivos en un auténtico clima fraterno. Una reunión muy necesaria, con participaciones claras, aportes concretos, que plantea grandes desafíos y compromisos: La incertidumbre es cómo seguimos caminando hacia la VCG, cómo nos seguimos informando. Muy buena, muy motivante. Algo desarticulada por las dificultades de disponibilidad de tiempo de los participantes. Excelente ambiente para reflexionar. Felicitaciones.

LISTA DE PARTICIPANTES

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

Nombre:	Angela T. Silva
Cargo:	Secretaria General OEA
Dirección:	Carretera Panamericana Argentina - Uruguay 301 - 1000 Buenos Aires
Celular:	54-11-43821009
Fax:	54-11-43821009
E-mail:	angelat@oas.org

**ENCUENTRO REGIONAL EN EL CONO SUR PARA PREPARACION
INMEDIATA DE LA COBERTURA DE LA V CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE**

Santiago - Chile, 07 al 09 de agosto de 2006

LISTA DE PARTICIPANTES

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Sergio Fenoy
Cargo:	Secretario General CEA
Dirección:	Conferencia Episcopal Argentina – Suipacha 1034 1008 Buenos Aires
Ciudad:	Buenos Aires
País:	Argentina
Teléfono:	+ 54 – 11 – 4328.0859
Fax:	Idem.
E-mail:	secretario@cea.org.ar

Nominación:	Presbítero
Nombre:	Jorge Oesterheld
Cargo:	Oficina de Prensa
Dirección:	Suipacha 1034 1008 Buenos Aires
Ciudad:	Buenos Aires
País:	Argentina
Teléfono:	+ 54 – 11 – 4328.0859
Fax:	Idem.
E-mail:	prensa@cea.org.ar

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Odilo Pedro Scherer
Cargo:	Secretario Geral
Dirección:	CNBB – Se / Sul, Q.801-Conj. “B” 70.259 – 970
Ciudad:	Brasilia – DF
País:	Brasil
Teléfono:	+ 55 – 61 – 2103.8300
Fax:	+ 55 – 61 – 2103.8303
E-mail:	secretariogeral@cbbb.org.br

Nominación:	Irmã
Nombre:	Maria Aparecida Silva
Cargo:	Assessora de Imprensa
Dirección:	SES / Q.811 Cj. A/B
Ciudad:	Brasilia – DF
País:	Brasil
Teléfono:	+ 55 – 61 – 2103.8313
Fax:	+ 55 – 61 – 2103.8303
E-mail:	imprensa@cbbb.org.br

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Cristián Contreras
Cargo:	Secretario General
Dirección:	Echaurren, 4. Piso 6
Ciudad:	Santiago
País:	Chile
Teléfono:	+ 56 – 2 – 672.11.83
Fax:	+ 56 – 2 – 698.14.16
E-mail:	

Nominación:	Sr.
Nombre:	Jaime Coiro
Cargo:	Director Comunicaciones y Prensa
Dirección:	Echaurren, 4. Piso 6
Ciudad:	Santiago
País:	Chile
Teléfono:	+ 56 – 2 – 672.11.83
Fax:	+ 56 – 2 – 698.14.16
E-mail:	jcoiro@episcopado.cl

Nominación:	Presbítero
Nombre:	Jorge Luis Rodríguez
Cargo:	Secretario General Adjunto

Nominación:	Diácono
Nombre:	Enrique Palet
Cargo:	Secretario General Adjunto
Dirección:	Echaurren, 4. Piso 6
Ciudad:	Santiago
País:	Chile
Teléfono:	+ 56 - 2 - 672.11.83
Fax:	+ 56 - 2 - 698.14.16
E-mail:	epalet@episcopado.cl

Nominación:	Sr.
Nombre:	Roque Acosta Ortíz
Cargo:	Secretario General Adjunto
Dirección:	Alberdi 782 C/ Humaitá
Ciudad:	Asunción
País:	Paraguay
Teléfono:	+ 595 - 21 - 490.920 / 492.670
Fax:	+ 595 - 21 - 495.115
E-mail:	sgeneral@episcopal.org.py

Nominación:	Sra.
Nombre:	Adriana Porteiro
Cargo:	Secretaría de Prensa
Dirección:	Uruguay 1319
Ciudad:	Montevideo
País:	Uruguay
Teléfono:	+ 598 - 2900.2642 / 604.56.24
Fax:	+ 598 - 901.18.02
E-mail:	ceudecos@adinet.com.uy

Nominación:	Presbítero
Nombre:	Agustín Gutiérrez
Cargo:	Director Oficina de Prensa

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Ricardo Valenzuela Ríos
Cargo:	Pastoral Juventud - Laicos
Dirección:	
Ciudad:	Asunción
País:	Paraguay
Teléfono:	+ 595 - 21 - 662.015
Fax:	
E-mail:	obispadocastrense@quanta.net.py

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Luis del Castillo
Cargo:	Secretario General
Dirección:	Avenida Brasil 829 37.000 Melo
Ciudad:	Melo
País:	Uruguay
Teléfono:	+ 598 - 642.23.86 / 998.01.660
Fax:	+ 598 - 642.84.72
E-mail:	castillo@ucu.edu.uy

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Baltazar Porras Cardozo
Cargo:	Presidente del Departamento de Comunicación - CELAM
Dirección:	Palacio Arzobispal frente a la Plaza Bolívar Cod. Postal: 5101
Ciudad:	Mérida, Estado Mérida
País:	Venezuela
Teléfono:	+ 58 - 274 - 252.57.86 / 252.43.07 cel. - 414 - 374.09.00
Fax:	+ 58 - 274 - 252.12.38
E-mail:	bepocar@gmail.com bepocar@cantv.net curiamer@cantv.net

RENDICION DE CUENTA POR DEPÓSITOS

Nominación:	Presbítero
Nombre:	Jorge Luis Rodríguez
Cargo:	Secretario Ejecutivo Departamento de Comunicación – CELAM
Dirección:	Carrera 5ª. N° 118 – 31 Usaquén
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+ 57 – 1 – 657.83.30
Fax:	+ 57 – 1 – 612.19.29
E-mail:	comunicación@celam.org

Nominación:	Presbítero
Nombre:	David Gutiérrez
Cargo:	Director Oficina de Prensa
Dirección:	Carrera 5ª. N° 118 – 31 Usaquén
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+ 57 – 1 – 657.83.30
Fax:	+ 57 – 1 – 612.19.29
E-mail:	prensa_director@celam.org prensa_director@cable.net.co

Nominación:	Licenciado
Nombre:	Luis Carlos Alzate
Cargo:	
Dirección:	
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	
Fax:	
E-mail:	

Pagos a Depósitos (L.R. 1400)		
Alquileres y Almacenes		
Costo Almacén		
Reservación profesional		
Impuestos y material		
Costos de traslado, correo, transporte		
Costos de secretaría		
Transporte aéreo		
Reservación		
Tarifa de telefonía		
Costos de equipaje		
Valores		
TOTAL DEPÓSITOS	4492.80 US\$	
	INCLUIDO	PERDAS
DEUDA A FAVOR	1492.80 US\$	
DEUDA A FAVOR DEL TESORERO		
Fecha: 15 de agosto de 2008	Firma:	<i>P. Gutiérrez</i> Director Oficina de Prensa

RENDICION DE CUENTAS SOBRE DEPOSITOS

DEPARTAMENTO: Oficina de Prensa

NOMBRE Y NUMERO DEL PROGRAMA: Encuentro Regional en el Cono Sur para Preparación Inmediata de la Cobertura de la VCG Código N° 2306 - 06021108 - 06

NOMBRE DEL ENCUENTRO El mismo

LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN: Santiago, Chilel. 07 al 09 de agosto de 2006

NUMERO DE PARTICIPANTES: 15 participantes TIPO DE CAMBIO: 1 US \$ x 525 \$ Chilenos

CODIGO RECIBIDO

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) US\$	4.545,00 US \$		
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) \$			
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) Otras mon.			
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) US\$			
TOTAL RECIBIDO	4.545,00 US \$		

GASTOS

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
1) Pasajes + Impuestos (Cfr. lista)	1.772,50		
2) Alojamiento y Alimentación	1.884,05		
3) Otros Alimentación			
4) Honorarios profesores	350,00		
5) Papelería y material	12,46		
6) Comunicaciones, correo, fotocopias	70,34		
7) Gastos de secretaría			
8) Transporte terrestre	478,07		
9) Recreación			
10) Tasas aeroportuarias			
11) Exceso de equipaje			
12) Varios	125,47		
TOTAL EGRESOS	4.692,89 US \$		

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
SALDO A MI FAVOR.....	147,89 US \$		
SALDO A FAVOR DE TESORERIA.....			

Fecha: 15 de agosto de 2006

Firma: _____

P. DAVID GUTIÉRREZ
Director Oficina de Prensa



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

ENCUENTRO PAISES BOLIVARIANOS

- 1. Convocatoria**
- 2. Objetivos**
- 3. Metodología**
- 4. Informativo**
- 5. Propuestas: diagnóstico, qué hacer, cómo hacerlo**
- 6. Propuestas para el nivel Latinoamericano**
- 7. Evaluación**
- 8. Lista de Asistentes**
- 9. Resumen Económico**

Bogotá, 04 de agosto de 2006

Monseñor

LUIS ANTONIO SANCHEZ

**Secretario General Conferencia Episcopal de Ecuador
Ciudad**

Excelencia, reciba un saludo cordial en Cristo Jesús.

Acercándonos ya a la celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, estamos proyectando la realización del **Encuentro Regional en Países Bolivarianos y algunos del Caribe para Preparación inmediata de la Cobertura de la VCG**, evento a realizarse en la *Ciudad de Caracas, los días 06 al 08 de septiembre del 2006*. La fecha original era en octubre, pero por motivos logísticos hemos tenido que cambiarla para la que señalamos.

El Objetivo general del Encuentro es “Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Bolivariana y algunos países del Caribe”. Específicamente trataremos los temas:

1. Conocer los procesos de preparación y celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
2. Establecer los mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz de la VCG.
3. Determinar estrategias para la incorporación de todos los medios de comunicación de los países en la difusión informativa de la VCG.

En sucesiva comunicación daremos indicaciones precisas del lugar donde se realizará el evento. La convocatoria se hace al responsable de la Oficina de Prensa de su Conferencia Episcopal, así como al Director del Departamento de Comunicación. Para confirmación de asistencia se agradece comunicar a nuestra oficina de prensa a los teléfonos + 57 – 1 – 657.83.30 o a los correos electrónicos prensa@celam.org o prensa_director@celam.org. La Oficina de Prensa del CELAM, contando con la colaboración del SCLA proveerá el boleto aéreo desde la capital del país hasta la Ciudad de Caracas, el traslado interno hasta el lugar de la reunión y los costos completos del alojamiento y la alimentación.

Sin otro particular, e implorando a Dios siga bendiciendo su labor, me suscribo,

Mons. Baltazar Porras Cardozo
Presidente Departamento de Comunicación
CELAM



OFICINA DE PRENSA

***Encuentro Regional en Países Bolivarianos y algunos del Caribe
para Preparación Inmediata de la Cobertura V Conferencia
General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe***

Caracas – Venezuela

06 al 08 de septiembre de 2006

OBJETIVO GENERAL

Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Bolivariana y algunos del Caribe.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Socializar con los participantes aspectos relevantes de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
- Establecer mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz en los países convocados.
- Establecer las estrategias adecuadas para que se incorporen los medios tanto católicos como laicos en la difusión informativa de la VCG.



OFICINA DE PRENSA

***Encuentro Regional en el Cono Sur para la Preparación Inmediata
de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado
Latinoamericano y del Caribe***

Santiago – Chile

07 al 09 de agosto de 2006

METODOLOGIA

1. La Reunión la desarrollaremos en Día y medio, iniciando el lunes 07 a primera horade la tarde, finalizando la noche del martes 08.
2. Habrá una presentación informativa del estado actual del proceso hacia la V Conferencia General. Después de la presentación tendremos tiempo para el diálogo.
3. Luego se presentará el proyecto de comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. También habrá diálogo.
4. Por países se trabajará para conocer las posibilidades comunicacionales que brinda cada uno y determinar las posibilidades de apoyo y alianzas.
5. Planificación del proceso en los países y el aporte latinoamericano desde el CELAM.



OFICINA DE PRENSA

132

**ENCUENTRO REGIONAL EN PAISES BOLIVARIANOS Y DEL CARIBE
PARA PREPARACION INMEDIATA DE LA COBERTURA DE LA VCG
Caracas – Venezuela, 06 al 08 de septiembre de 2006**

INFORMATIVO

1. La sede del Encuentro es la Casa de Mons. Ibarra de la Conferencia Episcopal Venezolana.
Dirección: Avenida Teherán, a 300 metros de la UCAB. Teléfono: + 58 – 212 – 472.78.10.
2. La moneda es el Bolívar. El cambio está controlado por el gobierno y su valor es de 2.150 Bs. por 1 US \$.
3. El clima es templado con temperaturas que oscilan entre los 25° y 30°.
4. El Evento se desarrollará en dos días de trabajo, comenzando la tarde de miércoles 06 de septiembre y terminando con el almuerzo del día viernes 08. La llegada puede ser el martes por la tarde / noche o el miércoles a primera hora, la salida puede ser el viernes por la tarde o sábado en el transcurso del día.
5. El Objetivo General del Encuentro es: “Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Bolivariana y del Caribe”.
6. La tarde del primer día será para presentar una panorámica de la situación actual de la VCG, sus preparativos y sus proyecciones hasta la realización en mayo del 2007. Habrá conversatorio sobre la presentación y aclaración de dudas. También se habrá presentación sobre el proceso de participación que se realiza en los actuales momentos.
7. El segundo día será la presentación del proyecto de comunicación para la VCG. Conoceremos sus objetivos y el plan general. Se tendrá sesión de trabajo para determinar mecanismos de apoyo desde las Conferencias Episcopales al proceso comunicativo e informativo de la VCG. Los informes los presentaremos por grupos regionales, en los que se determinarán los aspectos más significativos que serán los llevados a la plenaria.
8. Otra sesión de trabajo del segundo día será el establecer estrategias que apunten a la incorporación de los medios de comunicación, tanto católicos como laicos, en los procesos de difusión de la VCG.
9. Las sesiones plenarias serán para la toma de decisiones operativas de los trabajos de las sesiones.
10. Para el desarrollo fluido del trabajo es importante el aporte de todos. Por eso pedimos que elaboren y lleven a la reunión un listado con el nombre de los medios católicos de su país, con el nombre de algún responsable y una dirección electrónica. Si tienen páginas web's también deberían ser incluidos en el listado. También pedimos que piensen en las posibilidades comunicacionales de un evento como la VCG, y las escriban, para que podamos compartirlas y discutir las. La idea es no llegar en cero, sino ya tener previstos algunos aportes.
11. Con el equipo de comunicación de Venezuela estamos coordinando los aspectos logísticos de traslado aeropuerto – hotel – aeropuerto, según los itinerarios de sus vuelos.



06 al 08 de septiembre de 2006

133

PROPUESTAS PAISES BOLIVARIANOS Y CARIBE

BOLIVIA

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	Hay una visión de respeto por la credibilidad y autoridad moral que siempre ha tenido.	Capitalizar esta credibilidad, sacarle provecho	A través de los encuentros que sean necesarios con directores, jefes de prensa y periodistas del área. Bien planificados y con material diversificado de buena calidad para entregar. Hay que escuchar opiniones, sugerencias y aportes por parte de ellos.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	- En general hay una relación cordial efectiva en algunos casos y no tanto en otros casos. - Esta relación en muchos casos se circunscribe a pocos referentes: el cardenal o un obispo NO a la institución. Son referentes personales y no institucionales. Por otro lado esta relación es circunstancial no permanente. - En muchos casos prevalece el enfoque sensacionalista, superficial con sesgo informativo de los temas eclesiales.	Fortalecer las oficinas de prensa de la CEB y de las diócesis con miras a una mejor canalización y cobertura de la noticia eclesial Promover una relación más cercana y personalizada con los periodistas que cubren el área Iglesia.	A través de los dos talleres de la pascom que vienen en el plazo inmediato. Hay que hacer el seguimiento al taller sobre oficinas de prensa y concretar resultados. Es importante un apoyo decidido de los Obispos en esta nueva etapa argumentando la relevancia del acontecimiento de la VCG Hacer el directorio actualizado de periodistas. Visitarles en sus medios de comunicación con el Obispo presidente Mantener la relación a través del teléfono y otras visitas Atenderles adecuadamente cuando llegan a la CEB

			Promover con ellos espacios de formación sobre cobertura, tratamiento y lenguaje propios de la Iglesia católica como fuente de información	A través de un desayuno trabajo para compartir esta iniciativa y entregar material preparado al respecto. Retomar idea de invitarles a un encuentro fuera de la ciudad...hacer una buena gestión para asegurar su asistencia.
			Capacitar e involucrar a otros Obispos, sacerdotes y otros sectores de la Iglesia Católica para su relación con los medios.	Tratar de armar una propuesta para llevarla a cabo en el espacio de la misma asamblea, unas horas, un espacio para capacitarlos. La propuesta debe contar con un especialista, debe ser práctico y buscar la participación. Un taller similar en la CEB para nuestros ejecutivos, y otro para sacerdotes y religiosos quizá por regiones.
			Realizar visitas periódicas a directores y periodistas de medios, no sólo para temas de cobertura sino también en una relación de amistad y acompañamiento espiritual.	En base a programación
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Disposición relativa, importante. Se espera bastante disposición de algunos de ellos: 3 redes nacionales en TV, tres periódicos nacionales y quizá 2 emisoras de radio de alcance nacional.	Preparar estrategias específicas de cobertura de la VCG de acuerdo con las posibilidades e intereses de los MCS	Listado de medios e intereses y capacidades específicas. Sobre esa base proponer una estrategia específica para cada uno.
		Es una disposición buena pero no trabajada, sujeto a iniciativas y actores concretos por parte de la Iglesia.	Fortalecer el equipo de comunicación de la CEB a fin de canalizar y operar estas iniciativas con los MCS no eclesiales.	Encaminar la oficina de prensa de la CEB con al menos dos personas máximo hasta enero del próximo año. Concretar la iniciativa de conformar un equipo asesor y de consulta con profesionales invitados

MEDIOS ECLESIALES			Complementar el plan de comunicación con iniciativas específicas para estos medios	En proceso
			Promover la acreditación del mayor número posible de periodistas bolivianos de medios eclesiales y no eclesiales.	A través de los encuentros y visitas especificadas. Aprovechar otros medios: correo electrónico, correspondencia, celulares, otros.
			Continuar con el proceso de producciones especializadas para los diferentes medios no eclesiales disponibles y gestionar los espacios para su difusión	De acuerdo al plan comunicacional en ejecución
	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	• (El caso radio, nuestros medios católicos son primeros en rating. Y constituyen las redes más grandes) • Hay una interrogante al respecto. Se hallan algo distanciados e inmersos en sus propios proyectos. • Algunos han canalizado la campaña de opinión como adhesión, otros NO. • Hay mayor disponibilidad para ciertas iniciativas no muy "eclesiales" y más para otras.	Conferencia. Marcar la línea de Iglesia	Convocar encuentros necesarios con todos y presencia de autoridades de la CEB
			Diseñar conjuntamente estrategias específicas por áreas de medios: prensa, radio, TV, Internet, otros.	A través de bases de propuestas preparadas con anticipación pero abiertas a los aportes de ellos.
			Diseñar estrategias con medios NO tradicionales en el ámbito intra eclesial: misas como espacio de comunicación, encuentros pastorales, fiestas religiosas, festivales de música, concursos, etc.	Conformar un equipo interno y ampliado en la propia CEB (interpastoral) plantear esta necesidad y hacer un levantamiento de recursos y formas. Elaborar un plan específico con cronogramas, mitologías y responsables.
			Desde el equipo de comunicación de la CEB insistir con envío de información actualizada sobre el proceso de la VCG	Armar paquetes informativos y distribuir a toda la red de MCS católicos de Bolivia
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	La VCG no es un tema que logre convocar mucho. Se ven como muy afines a los MCS locales, y algunas redes como Radio María, Pío XII,	Entregar información completa sobre la VCG con particular énfasis en el plan de comunicación nacional y	A través de bases de propuestas preparadas con anticipación pero abiertas a los aportes de ellos.

		ANF, Católica TV, VCV TV. Se percibe una cierta ausencia o falta de mayor información/difusión sobre la temática de la VCG.	continental.	
			Conjuntamente diseñar estrategias de TRADUCCIÓN del lenguaje técnico eclesial a fin de llegar a diversos sectores de la sociedad civil y de la propia Iglesia (jóvenes, niños).	Convocar a un equipo de creativos de los propios MCS eclesiales: diseñadores, creativos, productores y presentar la necesidad y propuesta. Debe ser un equipo permanente que asesore los servicios de comunicación desde el lenguaje.
			Coordinar iniciativas específicas de cobertura del acontecimiento de la VCG de acuerdo con las posibilidades tecnológicas y profesionales de cada medio.	De acuerdo con un plan conjunto.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	• Hay una percepción importante aunque no suficiente en todos los casos. Todas las comisiones de la CEB y las diócesis han sido informadas. Las diócesis han participado en los talleres preparatorios. • Las comisiones más bien en forma parcial • Ha sido interesante el proceso preparatorio con talleres regionales y reflexiones sobre el proceso.	Continuar con el proceso involucrando también a las otras comisiones de la CEB	A través de espacios periódicos de información y seguimiento
			Acordar espacios periódicos de información y seguimiento al proceso de la VCG	
			Fortalecer los mecanismos de información y comunicación al interior de la institución	Reubicar y retomar el instrumento del panel de informaciones en la CEB y el edificio de Cepas caritas Hacer funcionar el intranet para comunicación interna Realizar un periódico sencillo, hoja informativa, pedir auspicio de secretaria general para fotocopias y entregar en seguridad de la CEB y cepas Caritas
			Con el concurso de todas las pastorales acordar redes específicas de difusión del evento: educadores, laicos, religiosos, jóvenes... sobre el	En la reuniones ya programadas

			principio de un efecto multiplicador.	
	1. VISION DE LA IGLESIA	Su adhesión es plena. Hemos estado apoyando no sólo en los aspectos específicos comunicacionales, informativos o tecnológicos, sino también en la organización, logística y proceso de sistematización de aportes. Nos han confiado el proyecto comunicacional pero también el general.	Continuar con el proceso de consolidación de la oficina de prensa de la CEB y en cada una de las jurisdicciones.	A través de los talleres de la PASCOM
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	- La oficina de prensa se encuentra en proceso de instalación acorde con las exigencias del proceso de la VCG - Hay un proceso importante en marcha con las diócesis con miras a la consolidación de los equipos diocesanos que integren la pascom, la RIIAL y las oficinas de prensa,	Aprovechar la continuidad del proyecto PASCOM para este objetivo	
	3. RELACION TIENEN CON CELAM		Terminar el apoyo en la sistematización del aporte de la Iglesia boliviana con una adecuada retroalimentación con las diócesis.	A través de las reuniones y espacios ya programados
			Diseñar estrategias concretas para el seguimiento informativo de la VCG, a través de videoconferencias u otros medios instantáneos.	En coordinación con el CELAM ver los contactos vía web para videoconferencias de seguimiento en cada jurisdicción Con los mismos contactos gestionar la bajada de señal satelital (audio y video) para entregar a los MCS locales
			Mantener una línea de información específica con cada uno de los Obispos bolivianos, canalizando sus propios aportes u opiniones.	A través de los servicios electrónicos y correspondencia que ya existe Involucrar a la comunidad de sitios web católicos de Bolivia en todo el proceso. Facilitar el "linkeo" general a los sitios referencia de la VCG

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	La Iglesia de Colombia es referente permanente en los distintos campos sociales, razón por la cual es fuente de consulta, sin embargo algunos medios desconocen la misión de la Iglesia y a la hora de informar no son exactos en sus contenidos periodísticos	Hacer mayor presencia de Iglesia ante los temas coyunturales que la misma Asamblea vaya sugiriendo	Ofrecer material sobre la VCG con contenidos claros y sencillos de entender A través de una comunicación permanente con los directores de los medios y periodistas.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Se presenta un caso particular y es una entidad que se hace acreedora a la compra de tres medios de comunicación (Caracol radio, El Tiempo y Revista Semana), su mirada es poco receptiva a los temas de Iglesia y en algunos casos la información que presenta es sesgada y alejada de la realidad. En general los medios de comunicación son amigos de la Iglesia, razón por la cual hay un periodista oficial quien es la persona que cubre esta fuente. Existen lazos fuertes de amistad con los periodistas que cubren la fuente de Iglesia.	Mantener mecanismos de diálogo abierto tanto con los periodistas que cubren la fuente de Iglesia, como con las directivas de los medios, Brindar espacios de formación a los periodistas. Presentar a los medios de comunicación de forma clara y sencilla el tema de la VCG Ser constantes con los periodistas (saludarlos no sólo por trabajo sino para saber cómo están y tener presente las fechas especiales) Hacer visitas periódicas a los medios de comunicación.	Realizar visitas periódicas a los medios de comunicación Proponer conversatorios con los periodistas para abordar temas específicos. Readecuar los comunicados y mensajes enviados a los medios a un lenguaje más sencillo y menos pastoral.

	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Toda. Cuando la Iglesia solicita a los medios espacios su respuesta ha sido receptiva y de disponibilidad Que los medios se han informado al correspondiente de la Iglesia	Se deben ofrecer elementos claros de apoyo y orientación a los periodistas cuando ellos lo requieran. Aprovechar los espacios que los medios ofrecen a la Iglesia para ofrecer información de contenido Buscar estrategias que nos permitan incursionar y mantener una buena relación con los medios de comunicación que no son de fácil acceso para la Iglesia Mantener vivo el tema de la agenda pública siendo participativos en los temas que esta misma sugiere. Provocar la participación de algunos corresponsales que vayan a cubrir la VCG, pero previa preparación sobre su papel	Preparar un material específico para los periodistas laicos, contextualizándolo en ámbito social, con el fin de interesarlos en el tema de la VCG. Mantener uno o dos voceros de la Iglesia que sigan de cerca el desarrollo de la VCG y puedan hablar a los medios.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Algunos medios católicos toman de referencia los proyectos de la Conferencia Episcopal. Ejm. Campañas, Jornadas, entre otras, ellos se unen a estos procesos haciendo comunicable cada acontecimiento	Es importante buscar mecanismos de difusión que permitan dar a conocer a tiempo el quehacer de la Iglesia. Motivar a los medios a asumir un mayor compromiso sobre los hechos de la iglesia	Mantener actualizada la base de datos de los medios de comunicación. Realizar jornadas de formación con los periodistas para presentar el tema de la VCG Realizar previo al inicio de la VCG una rueda de prensa para presentar oficialmente la VCG

2. ADHERENCIA AL
PROCESO DE LA
VCG

Hay medios que se han dado a la tarea de dedicar espacios periódicos para explicar hay reflexionar sobre la VCG

Otros medios sólo han informado el acontecimiento sin mayor profundidad

Desde la Conferencia Episcopal ser más constantes en el envío de la información.

Seguir y difundiendo el proceso y contenidos de la VCG antes, durante y después.

Estudiar un camino para que luego de la VCG, el tema no quede como un acontecimiento más, sino que se siga trabajando sobre unas conclusiones y pasos a seguir.

Construir a nivel nacional una campaña institucional que evidencie el desarrollo de la VCG

Presentar el tema de la VCG utilizando un lenguaje sencillo y atractivo para los medios, lo importante es que este mensaje llegue a la base y no se quede sólo en los Obispos y el clero.

Cada vez que se tengan novedades sobre la VCG enviarla a los medios y oficinas de comunicación de las Jurisdicciones.

Definir espacios para dar continuidad al tema de la VCG

Con las herramientas con que se y bajo la orientación de profesionales elaborar la campaña promocional

190

CONFERENCIA
EPISCOPAL

1. PERCEPCION DE LA
VCG.

En las dos últimas Asambleas de Obispos se ha trabajado y reflexionado sobre el tema de la VCG

Los Departamentos de la CEC han involucrado el tema del discipulado en sus encuentros y jornadas de trabajo.

Insistir desde la CEC en el envío de los aportes de cada Jurisdicción, con el fin de canalizar la información y procesarla

Dentro de la CEC ofrecer espacios de reflexión sobre el documento de participación de la VCG

Aprovechar al máximo cada evento y espacio donde la Iglesia tiene presencia para posicionar y trabajar el tema de la VCG

La CEC debe invitar a los miembros de la Conferencia de Religiosos de Colombia – CRC, para que motiven la participación de todas las Comunidades, participen y hagan sus aportes a este acontecimiento de Iglesia.

A través del Comité nombrado por la Conferencia Episcopal para este fin hacer seguimiento para la recolección de la información.

Insistir a través de los espacios institucionales (Comité de integración, encuentros de formación, carteleras institucionales, entre otros) del acontecimiento histórico para la Iglesia la VCG

Mantener la constancia de insertar el tema de la VCG en los espacios eclesiales y no eclesiales donde participemos.

Enviar carta a las directivas de la CRC invitándolos a ser partícipes a través de las comunidades religiosas al documento de participación propuesto por el Celam.

ECUADOR 1. VISION DE LA IGLESIA 2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG. 3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	1. VISION DE LA IGLESIA 2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG. 3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Con el equipo nacional de Comunicaciones, se dio inicio a un proceso para diseñar la estrategia comunicacional que nos lleve a difundir de manera eficaz el tema de la VCG. Con un grupo de profesionales de la comunicación se estudió el documento de la VCG y se elaboró un aporte en el tema que nos compete. Para noviembre que se realizará el Encuentro Nacional de Delegados Diocesanos de Comunicación, se les presentará un primer insumo de propuesta comunicacional, para estudiarla y consensuar con ellos una propuesta final. Hay una gran oferta de medios impresos, radio, pero apenas hay canales "locales" de tv, con alcance regional. De este grupo se cuenta con la disponibilidad de un 90 % de ellos para colaborar con...	Consensuar a través de un Plan de Comunicaciones con los delegados de las Oficinas Diocesanas los pasos a seguir para presentar a los medios regionales católicos y no católicos el tema de la V Conferencia. Estar en permanente contacto con los Delegados de las Oficinas de Comunicaciones para presentar los avances del trabajo de la VCG. Mantener permanente contacto con el centro de comunicaciones del CELAM para recibir información oficial de primera mano. Esta información procesarla y enviarla tanto al interno de las distintas pastorales de la CEC, como hacia afuera, es decir todo tipo de público externo: Medios de comunicación, Obispos, laicos, religiosos, movimientos apostólicos. Publicar paso a paso el desarrollo de la CCG, a través de la página web de la CEC y las Jurisdicciones que ya tienen esta herramienta	142 Para el Encuentro Nacional de Delegados Diocesanos de Comunicaciones, pedir con anterioridad aportes para un plan de comunicación de la VCG y luego consensuar con ellos para elaborar un documento final. Tener un contacto director desde la Ciudad de Aparecida para lo que se ofrezca de medios Difundir los comunicados y pronunciamientos oficiales enviados por el CELAM. Se pretende ser el primer un encuentro general de medios para el encuentro y preparar actividades conjuntas. Una vez más el tema de la VCG será un gran motivo para la...
MEIOS NO ECLESIALES	MEIOS ECLESIALES	MEIOS ECLESIALES	MEIOS ECLESIALES	MEIOS ECLESIALES

MEDIOS NO ECLESIALES

MEDIOS ECLESIALES

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	La Iglesia tiene un alto grado de credibilidad a nivel institucional, se podría decir que la mayoría esta dispuesto a colaborar con un llamado de la Iglesia	Aprovechar el posicionamiento de la Iglesia en el Ecuador para desarrollar un plan de Medios que de lugar a un conocimiento real de sus objetivos y prioridades, así como los campos de acción en donde puede influir.	Se podrían organizar paneles, seminarios, mesas redondas y foros en los que se ponga como tema central no solo la VCG sino llegar a esta, partiendo de lo que fueron las otras Conferencias Generales y por que la importancia de lo que se avecina.
	2. RELACIÓN TIENEN CON ELLA.	La relación es cordial, respetuosa pero crítica lo que le da una gran libertad al medio frente a la jerarquía.	Es preciso acercarse a los medios de comunicación, para que alcanzar una continuidad de trato que nos permita ir mas allá de la coyuntura.	Desarrollar un plan estratégico de acercamiento que de lugar aun proceso de contacto, que no tenga lugar únicamente cuando se necesita de los medios para difundir alguna información eclesial o en momentos de crisis, sino dentro de una cotidianidad, que deje ver las bondades y fortalezas de la labor y vida de la Iglesia, para que se la valore desde otra óptica.
	3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Siempre que el tema este bien enfocado se encuentra interés de los medios, la convocatoria debe tener en cuenta que siendo medios extraños a la iglesia buscan: NOTICIA, RATING Y PRIMICIA	Es importante utilizar astutamente los medios a nuestro alcance para convocar a los medios, para nuestros objetivos y necesidades dándoles el enfoque que ellos quieren sin perder objetividad.	Plantear proyectos como podría ser la VCG que puedan resultar interesantes para la difusión y cobertura, y otros muchos que incluso puedan tener una alto grado de labor social y educativa, con perfiles de atraktividad.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Hay una gran oferta de medios impresos, radio, pero apenas tres canales "locales" de tv, con alcance regional. De este grupo se cuenta con la disponibilidad de un 90 % de ellos para colaborar con	Es preciso un acercamiento y conciliación de todos los medios eclesiales en mi país, tanto los medios impresos, como las radios. A veces da la impresión de competencia	Lo primero sería organizar un encuentro general de medios para conocernos y proponer actividades comunes. Una vez mas el tema de la VCG sería un gran motivo para la

		Megaproyectos, siempre cuidando el no mermar la independencia de estilo propio de cada uno de ellos.	entre ellos, perdiendo la perspectiva que trabajamos para un mismo objetivo general, lo que debería ser una gran fortaleza.	reunión.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Falta mucha difusión de material informativo e instructivo, a nivel eclesial, parroquial y mediático de la VCG. Muy pocos saben realmente de que se trata.	La VCG debería ser el gran "PRETEXTO" de unión, y trabajo conjunto sin perder la diversidad propia de cada uno. Por ello es una gran oportunidad que no se debería perder.	Convocar a un encuentro para trabajar en torno al tema pero es preciso material audiovisual y escrito, así como un facilitador que permita realizar correctamente el trabajo.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Existe un desconocimiento casi total de lo que es, o significa. No hay el manejo de información de la trascendencia del momento que vivirá la Iglesia de América Latina, Me atrevería a decir que incluso a nivel Episcopal se manejan los conceptos en torno al tema de manera muy general sin darle la importancia que debería tener.	Hay mucho por hacer, es preciso desarrollar un programa específico de información e instrucción que conlleve una toma de conciencia general según los niveles de responsabilidad y acción de la CEE, para entender los que será la VCG	Hay varios niveles, partiendo desde los señores obispos, hasta llegar a los funcionarios de cada una de las comisiones, trabajar un programa dinámico de información y compromisos, que nos permita entrar en el proceso de preparación.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	No existen planes de comunicación para el efecto la asistencia a este encuentro es el primer intento, del que se debería partir.	Elaborar un plan de estrategia y ejecución específica para la VCG, que sirva de punto de partida para el cumplimiento de los objetivos de integración y concienciación que hemos descrito anteriormente	Luego de que se analizó el plan global de la conferencia episcopal en la última asamblea plenaria con miras a la VCG, es importante entrar en una dinámica de aplicación práctica, para cada diócesis y cada área de trabajo en la CEE

**MEDIOS NO
ECLESIALES**

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
	1. VISION DE LA IGLESIA.	- Tienen una percepción positiva en cuanto a su credibilidad, obra social y su intervención en decisiones de carácter político en el país. - Algunos mcs ven con poco agrado su intervención en temas de moral.	- Mantener la visión positiva de los mcs a través de la atención oportuna y efectiva a sus requerimientos. - Facilitar el acceso a las fuentes de información oficial. - Evaluar y adecuar el lenguaje de los boletines y/o despachos oficiales para promover una lectura clara y dinámica de los acontecimientos que deseamos comunicar.	- Dando siempre respuesta a las consultas, solicitudes de entrevistas y otros de los periodistas. NO también es respuesta. - Contactar a los directivos y periodistas con las secretarías de prensa u oficinas de comunicación de las jurisdicciones e instituciones de la Iglesia. - Revisar con el equipo de comunicaciones la redacción, formulación de las informaciones emitidas en los últimos 4 meses y hacer un balance de su impacto.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Existe una relación permanente y cordial con los editores, jefes de información, productores, redactores, y reporteros.	Fortalecer la buena relación existente para convocarlos a jornadas de formación.	Enviar comunicaciones y visitar a los directivos de los mcs invitándolos a los encuentros de animación y formación.

	3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO	• En cuanto a la relación con los directivos es mas bien personal "obispos-directores de mcs", "presidente, secretario general de la CEP- directores de mcs". • En algunos casos esta relación y la comunicación se acentúan debido a la coyuntura o circunstancias específicas.	• Aprovechar las celebraciones próximas como: Día del Periodista (Octubre), Navidad (Diciembre), Jornada por la Paz (Enero), etc. Para destacar, presentar y hablar más de la realización de la V CG. • Ir preparando el ambiente, en las reuniones y/o actividades con una marcada presencia de comunicadores pueden servir para explorar las posibilidades de realizar trabajos concretos. • Facilitar el contacto con panelistas (especialistas) que puedan acudir a los mcs para responder a las interrogantes e inquietudes sobre la trascendencia de la VCG.	146 • Convocar a directores, productores, editores, redactores, conductores de programas a las actividades programas para las celebraciones citadas. • Presentar a los periodistas y directivos los primeros materiales de la VCG, en diálogos abiertos durante la realización de las próximas actividades. • Sondear a través del diálogo el interés que despierta la VCG, y dar el primer paso para negociar la realización de trabajos conjuntos. • Reunir a los especialistas y colaboradores de la conferencia episcopal para coordinar temáticas y su disponibilidad de acudir a los mcs.
--	--	---	--	---

3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO

- Hay una apertura para laborar y coordinar esfuerzos.
- Frente a la disponibilidad de cooperación los mcs exigen que el trabajo sea ejecutivo y profesional.

- Incentivar el envío de periodistas nacionales en calidad de enviados especiales a Aparecida, sede del evento.
- Coordinar la publicación de artículos de opinión a partir del envío de un dossier de prensa a columnistas, articulistas, comentaristas de los propios mcs.
- Creación del especial VCG en las páginas de los diarios, revistas, radios, agencias y televisoras.
- Edición de un encarte clave sobre la celebración de la VCG en el diario nacional de mayor tiraje.

- Enviar comunicaciones y realizar visitas a los directivos para motivar la presencia de sus periodistas. Diálogo directo.
- Elaborar un dossier de prensa a partir de los contenidos publicados en www.celam.info así como el aporte de historiadores.
- Negociar con los "webmaster" de los páginas web's de los diarios la creación o inserción de este especial.
- Elaborar un especial impreso de 8 páginas sobre la VCG.
- Lograr auspicio económico de algunas instituciones para su encarte en el diario nacional.
- Definir una fecha estratégica para el día de su publicación.

**MEDIOS
ECLESIALES**

1. SINTONIA CON
PROYECTOS /
PROCESOS
INSTITUCIONALES

- Renovar la relación existente a través de un diálogo más directo con los directivos y personal de mcs.
- Animar a los mcs a hablar más de la VCG.
- Ofrecer todas las facilidades (documentación, contactos, participar en la producción) para desarrollar programas, cápsulas, spots, en tanto a la VCG.
- Acompañar más a los mcs, evaluar sus dificultades y necesidades para ofrecer vías de solución a lo más urgente.
- Coordinar y realizar visitas a los mcs.
- Conocer con mayor profundidad en qué medida cuentan con información sobre la VCG y cuáles son sus canales de información.
- Asumir el rol de la co-producción en tanto a los programas que deseen desarrollar sobre la VCG.
- Mantener una comunicación más fluida y más atenta con sus directivos, conductores, productores, y reporteros.

2. ADHERENCIA AL
PROCESO DE LA
VCG

- Realizar encuentros de animación, formación y reflexión con los directivos y comunicadores de los mcs para informar y orientar sobre el desarrollo de la VCG.
- Facilitar subsidios y/o elementos que sirvan a la programación que desean establecer durante el 2007, en sintonía con la VCG.
- Ofrecer pautas para mantener en sus programas el tema de la VCG antes, durante y después de su desarrollo.
- Convocarlos a un primer encuentro en la sede de la conferencia episcopal para presentar el proceso y las novedades de la celebración de la VCG.
- Trasladar toda la información a nuestro alcance (documentación, canales oficiales de información).
- Colaborar con los productores, realizadores y programadores, en cuanto al período y los contenidos que dedicarán a la VCG.

149

CONFERENCIA EPISCOPAL

1. PERCEPCION DE LA VCG.

- Profundizar en el conocimiento que los ejecutivos tienen sobre la VCG para que ellos su vez motiven a sus equipos de trabajo.
- Identificar claramente a los obispos del episcopado nacional que asistirán a la VCG.
- Difundir las expectativas de la delegación peruana en tanto a su participación en la VCG.
- Invertir con ayudas de instituciones nacionales en la elaboración de materiales publicitarios que hablen de la VCG.
- Dedicar en las reuniones de Secretarios Ejecutivos un espacio para informar sobre los avances y novedades entorno a la VCG.
- Conocer a los obispos que acudirán a Aparecida en representación del Perú.
- Realizar y publicar entrevistas a los obispos que representarán al Perú en la VCG.
- Negociar con editoras y algunas empresas la producción de agendas, calendarios, lapiceros y útiles visibles que denoten la celebración de la VCG.

2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.

2. RELACION TUBOEN CON EL LA

1. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO

DIAGNOSTICO

- Preparar a los directivos y ejecutivos de las comisiones episcopales para interactuar con el público y los periodistas para hablar sobre la VCG.
 - Mantener a los directivos y ejecutivos enterados de los recursos y novedades que ofrecen el CELAM y otros. Sobre el evento.
 - Marcar el comienzo, duración y fin del plan de medios sobre la VCG para no saturar y dar paso a la información sobre otros acontecimientos que la Iglesia desee comunicar en el ámbito nacional.
 - Hacer que las dinámicas implementadas en la sede de la conferencia episcopal sirvan o se trasladen a las jurisdicciones eclesísticas del país, y al mismo tiempo interactuar con ellas.
- Realizar con los Secretarios Ejecutivos de las Comisiones Episcopales dos jornadas de preparación para interactuar con el público y los mcs.
 - Enviar oportunamente impreso y vía e-mail las notas informativas, reflexiones, publicaciones y otros sobre la VG.
 - Trazar un período (octubre 2006- junio 2007) para la aplicación de las iniciativas comunicacionales entorno a la VCG.
 - Identificar los picos informativos entorno a la VCG, y los picos informativos de la realidad local para coordinar y racionalizar la difusión de los mismos.
 - Informar a los responsables de las oficinas de comunicaciones y secretarías de prensa diocesanas sobre el proceso y las dinámicas de formación e información trazadas en la conferencia episcopal para que ellos emprendan acciones que sirvan a su realidad local.
 - Recoger y aplicar los aportes diocesanos que sirvan a una mejor

**MEDIOS NO
ECLESIALES**

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.			Convocatoria a directores y directivos, periodistas a un Encuentro informativo y formativo sobre la VCG, con la presencia del Presidente de la CNC, organizada y promovida por el Departamento de Prensa de la CED.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.			Comunicaciones frecuentes de la CED a los directores, directivos y periodistas. Suministrar informaciones de la vida y dinámica de la Iglesia en Dominicana, América Latina y a nivel mundial. Celebrar con ellos acontecimientos especiales: cumpleaños, jornada mundial de las comunicaciones, día del periodista, cumpleaños de la institución.....
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.			Encuentros frecuentes con los delegados de cada medio o programa. Asumir y aplicar las sugerencias que provengan de los directores, directivos y periodistas, siempre que estén

acordes con las estrategias de la CED.

Suministrar dossier de informaciones sobre VCG.

la VCG, organizada por el Instituto Nacional de Prensa, con la participación de las comisiones nacionales de cada área pastoral de la CED. Superiores de Congregaciones

1. PERCEPCIÓN DE LA VCG.

1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES

Convocar a una jornada de trabajo de formación y taller por tres horas cada mes. Organizar un equipo representativo de los Medios y programas Católicos alrededor del Departamento de Prensa de la Conferencia del Episcopado Dominicano. Realizar un Taller especializado sobre el Glosario de términos religiosos y eclesiales.

2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.

2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG

Vincular los representantes de los Medios Católicos con la RRIAL-Departamento de Prensa a fin de que haya una comunicación efectiva y frecuente. Integrar cada Medio en el SPOL.

MEDIOS ECLESIALES

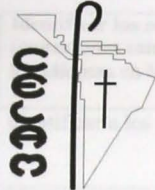
CONFERENCIA EPISCOPAL

1. PERCEPCION DE LA VCG.

Encuentro-Conferencia sobre la VCG, organizada por el Instituto Nacional de Pastoral, con la participación de las comisiones nacionales de cada área pastoral de la CED, Superiores de Congregaciones Religiosas, coordinadores de Movimientos y Comunidades Laicas Comunidades de Base...con el apoyo de la Secretaria General en su Departamento de Prensa. Entregar a los Obispos en sus reuniones ordinarias la documentación actualizada de la VCG.

2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.

Preparando un CD con todas las informaciones de la VCG, que se han producido hasta ahora y entregar a cada Obispo. Involucrarlos en los programas televisivos y radiales y motivarles a escribir algún artículo para la Prensa nacional y Católica.

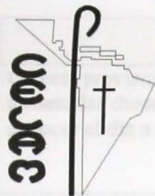


OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional en Países Bolivarianos y algunos del Caribe para Preparación Inmediata de la
Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
Caracas – Venezuela
06 al 08 de septiembre de 2006

Qué hacer y Cómo hacerlo (Nivel Latinoamericano)

¿QUÉ HACER?	¿CÓMO HACERLO?
Construir el directorio de responsables de prensa de las conferencias episcopales junto con un manual de trabajo específico para la cobertura de la V Conferencia, dejando claro la organización y los procedimientos. Esto va también en la línea de la “oficialidad” que se ha sugerido en el encuentro	Los responsables de comunicación y oficina de prensa del CELAM preparan los insumos y se socializan para recibir aportes. Se puede trabajar por correo electrónico
Resultaría oportuno coordinar de manera SIMULTÁNEA en todos los países el lanzamiento inmediato del evento y la clausura del mismo, tratando de lograr el mayor impacto posible.	Sobre la base de una adecuada coordinación con la red de responsables y las tecnología básica que lo permite
Es importante desarrollar también un manual de procedimientos básicos y técnicos para coordinar coberturas específicas: bajar señal para televisoras locales, señal para radios locales, textos para prensa, fotos, contacto y procedimiento para videoconferencias con web, otros	A través de la elaboración y entrega de estos manuales de procedimientos a cada una de las conferencias
Valdría la pena el esfuerzo por reunir y socializar iniciativas de difusión y motivación a través de los medios “no tradicionales” como: misas como espacios de comunicación, encuentros pastorales, fiestas religiosas, jornadas de oración, y muchas otras, tanto en el ámbito intra como extra eclesial.	Recogiendo esas experiencias y tratando de orientar su aprovechamiento más adecuado a través de sugerencias y subsidios de apoyo.
Sobre la necesidad de TRADUCIR los contenidos a un lenguaje más cercano, sugerimos la posibilidad de contar con la ayuda de algunos expertos para todo el continente a fin de abrochar sus aportes	Contactando especialistas y encargándoles desde el CELAM el trabajo
Clarificar el sistema de acreditación de los periodistas en la sede del evento.	Informar sobre el sistema de acreditación. Conocer de qué elementos proveerá el CELAM a los enviados especiales de cada país.

Identificar los servicios de comunicación que se ofrecerán en la VCG (conexiones satelitales, agencias de noticias, servicios de fotografías) y los idiomas en los que se brindarán estos servicios.	Contar anticipadamente con información sobre estos servicios para realizar las coordinaciones respectivas en el ámbito nacional.
Identificar a los referentes de la información en cada país	Ofrecer a través de la web www.celam.info un directorio de los responsables de comunicación y/o prensa de las conferencias episcopales.
Intercambiar contactos de agencias internacionales entre las conferencias episcopales.	Enviar nombres y e-mails de los periodistas a los cuales se les envía los informativos.
Intercambiar y retransmitir materiales audiovisuales que sirvan a la realidad nacional.	Conocer y evaluar las producciones realizadas en las CCEE para retransmitirlas.
Enriquecer la información y elaborar un material informativo y promocional de la VCG para difundirlo en AL	Con producciones en las áreas de radio, tv, como: cápsulas, spots, artículos y publicaciones escritas en general de la Iglesia.
Fortalecer la acción de la Oficina de Prensa del CELAM, para lograr una comunicación dinámica y fluida entre las Comisiones de Comunicación de las CCEE.	Elaborando un boletín electrónico o impreso que recoja eficazmente la información proveniente de las CCEE. Crear e-groups, e-conference. Actualización de los directorios.
Preparar una reseña histórica, liviana, informativa y didáctica de fácil difusión a partir de las anteriores Conferencias Generales para entender mejor la VCG.	Elaborar un micro documental en video en clave Latinoamérica para ser transmitido en los canales de TV gratuitamente.



OFICINA DE PRENSA DEL CELAM

*Encuentro Regional en Países Bolivarianos y algunos del Caribe para Preparación Inmediata de la
Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe
Caracas – Venezuela*

06 al 08 de septiembre de 2006

157

Lo que le pedimos al CELAM	Lo que ofrecemos	Cómo (pedido)	Cómo (ofrecido)
Suministro de materiales desde el CELAM de los últimos acontecimientos de la V Conferencia	El portal de la conferencia como nexo de comunicación www.ced.org.do	A través del internet	
Que permita participación de 1 ó 2 reporteros coordinado por las CC.EE. con pago de logística	Un equipo de comunicadores al servicio de la difusión de la VCG, especialmente preparados para ello.	A través de una ficha que envía el CELAM donde se especifica el perfil de ese reportero con las condiciones que debe reunir	
	Producción de un programa de televisión semanal		A través de canales que tengan alcance nacional e internacional. Con participación de los Obispos del país, en base a una agenda de temas.
Suministrar a las Conferencias Episcopales información reciente, antes, durante y después de la VCG	Difusión de promos radiales y televisivos de un programa semanal, a partir del mes de enero de 2007	A través del internet	A través de canales de televisión internacional Elaborar programas de radio que involucren a los Obispos
Considerar la posibilidad de enviar un reportero católico, para hacer el cubrimiento de la VCG, con el apoyo logístico del CELAM	Preparar un equipo de reporteros coordinado por la Conferencia Episcopal para el cubrimiento de la Asamblea	Enviando una solicitud a las Conferencias, dando a conocer el perfil del candidato, las condiciones y equipos requeridos.	Brindar formación y preparar a los reporteros para que tengan un manejo objetivo de la información
Posibilitar transmisiones satelitales desde Aparecida a cada país (voz y video conferencia)	Difusión permanente a los boletines oficiales que lleguen desde la Oficina de Prensa del CELAM	Enviando la señal y los códigos para recibir la misma	Actualización permanente de la página Web A través de los medios católicos y privados (radio, prensa, televisión)

			e internet)
Ofrecer previamente el programa a desarrollar durante la VCG para conocer el día a día	Contar con dos especialistas, que den el apoyo a la voz oficial de la Conferencia Episcopal de cada país.	Ofrecer dos o tres ruedas de prensa y elaboración de un boletín diario de noticias	Identificar la voz oficial y los dos especialistas, para que sean aprobados por la Conferencia Episcopal
Diseñar una campaña unificada a nivel latinoamericano, que permita conocer el desarrollo y temática de la VCG (radio, impresos y tv)	Colocar a disposición del CELAM la base de datos de los medios católicos de cada país	Contar un equipo de creativos y diseñadores	Recolectar la Información y enviarla al CELAM
Previo al acontecimiento de la VCG, realizar una rueda de prensa como lanzamiento y otro al finalizar el evento	Previo al acontecimiento de la VCG, realizar una rueda de prensa como lanzamiento y otro al finalizar el evento	Buscar la fecha y hora más acertada y convocar a los medios de comunicación	Buscar la fecha y hora más acertada y convocar a los medios de comunicación
Independiente de un equipo de profesionales en el campo de las comunicaciones, se requiere de un vocero oficial, preferiblemente que sea Obispo, que tenga conocimiento del tema y que tenga destreza para el manejo comunicacional con los medios	Desde las Conferencias Episcopales se realizará un monitoreo sobre el cubrimiento y lectura que dan los medios al tema de la VCG	El Comité de la Oficina de Prensa hacer la propuesta a las Directivas del CELAM	Revisión diaria a los principales medios de comunicación nacional
Además del Boletín diario de noticias, la Oficina de Prensa podría enviar información puntual sobre algunos temas que se puedan abordar, para que desde la Conferencias Episcopales se les de un tratamiento periodístico y se envíe a los medios de comunicación nacional		El Comité de la Oficina de Prensa hacer la propuesta a las Directivas del CELAM	

Encuentro Regional en Países Bolivarianos y Algunos del Caribe para la Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

Caracas – Venezuela, 06 al 08 de septiembre de 2006

EVALUACIÓN

I. Metodología y proyección general de la Reunión

Aspecto	5	4	3
1. Las actividades del Encuentro favorecieron el logro de los objetivos	57 %	43 %	
2. La duración del Encuentro fue apropiado	71 %	15 %	14 %
3. La distribución del tiempo fue adecuada	71 %	29 %	
4. El nivel de trabajo en el Encuentro fue de calidad	71 %	29 %	
5. Al finalizar el Encuentro, ¿qué tan motivado está para asumir los compromisos propuestos en la misma?	57 %	43 %	

Comentarios: a) Tal vez podría haberse considerado un medio día más. b) Faltó profundizar un poco más en detalles que hacen a la organización. c) Fue oportuno y pertinente. d) Guardamos especial expectativa sobre los aportes que dimos. **Análisis:** Por los resultados mostrados en la encuesta, los participantes acogieron bien todo lo planificado para el encuentro y sobre todo se mostraron muy proactivos para contribuir con sus ideas y propuestas para alcanzar los objetivos planteados. Al final la motivación es muy alta para contribuir con el proceso de la VCG en cada uno de sus países.

II. Ponentes

Aspecto	P. David		P. Jorge Luis	
	5	4	5	4
1. Conocimientos adecuados del tema	71 %	29 %	57 %	43 %
2. Presentó los conceptos con claridad	57 %	43 %	29 %	71 %
3. Estimuló la participación	71 %	29 %	29 %	57 %
4. Facilitó la discusión	71 %	29 %	43 %	43 %
5. Escuchó con atención a los participantes	71 %	29 %	43 %	43 %
6. Se mantuvo en los objetivos planteados	57 %	43 %	57 %	43 %

Comentarios: a) Podría haberse compartido un poco más las ideas / propuestas de las Conferencias del Cono Sur. b) Hacen un buen equipo. Gracias por el esfuerzo y apoyo. **Análisis:** Los resultados de la encuesta ofrecen una valoración muy positiva de los dos ponentes encargados de dirigir la dinámica del encuentro.

III. Servicios

SERVICIOS	5	4	3
1. Servicio de coordinación	57 %	43 %	
2. Servicio de secretaría	57 %	43 %	
3. Animación de la oración y la liturgia	57 %	43 %	
4. Alimentación	29 %	71 %	
5. Hospedaje	71 %	29 %	
6. El salón de trabajo	71 %	29 %	

Comentarios: a) En términos generales, bien. B) Excelente lugar; quizá se hubiera incluido frutas en las comidas.

IV. Aspectos Generales

1. Por favor califique de 1 a 5 la apreciación general de la Reunión y explique su respuesta.

(5 = 43,0 % / 4 = 57,0 %) Comentarios: a) Especial para la preparación de nuestro trabajo con miras a la VCG. B) Interés marcado por cada persona en particular. Respetuoso el ambiente de intercambio y opinión. C) Faltó un poco más de tiempo para ahondar aspectos logísticos y de organización para el evento. Es importante aportar las competencias que cada Conferencia Episcopal tendrá además del CELAM, con miras al antes, durante y después del evento (VCG). D) Considero que la reunión ha tenido una dinámica clara, ha facilitado la integración de los participantes a través del trabajo, al mismo tiempo ha permitido visionar el trabajo en conjunto que enriquece y fortalece cada realidad nacional, más allá del tema desarrollado. E) Bueno porque ayudó a clarificar la participación de las Conferencias Episcopales dentro de la VCG. F) Este encuentro ha despertado la conciencia de la dinámica de trabajo que se debe desarrollar, como estrategias para la formación, información y difusión de la VCG. G) valió la pena; nos ayuda a seguir adelante en el plan nacional.

**ENCUENTRO REGIONAL EN PAISES BOLIVARIANOS Y ALGUNOS
DEL CARIBE PARA PREPARACION INMEDIATA DE LA COBERTURA
DE LA V CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO
LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE**
Caracas - Venezuela, 06 al 08 de septiembre de 2006

LISTA DE PARTICIPANTES

Nominación:	Señor
Nombre:	José Howard Rivera
Cargo:	Secretario Ejecutivo Comisión Episcopal de Comunicación
Dirección:	Casilla 2309
Ciudad:	La Paz
País:	Bolivia
Teléfono:	+ 591 - 2 - 2406977
Fax:	Idem
E-mail:	comceb@entelnet.bo igleviva@iglesia.org.bo

Nominación:	Señor
Nombre:	Jaime Antonio Arrieta Tellez
Cargo:	Responsable Oficina de Prensa
Dirección:	Casilla 2309
Ciudad:	La Paz
País:	Bolivia
Teléfono:	+ 591 - 2 - 2406977
Fax:	Idem.
E-mail:	comceb@entelnet.bo igleviva@iglesia.org.bo

Nominación:	Señora
Nombre:	Luz Marina Medina
Cargo:	Directora Departamento de Comunicación Social
Dirección:	Carrera 47 N° 84-85
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+ 57 - 1 - 4375552
Fax:	+ 57 - 1 - 3115575
E-mail:	comunicacionspec@yahoo.com comunicacionsocial@cec.org.co

Nominación:	Doctor
Nombre:	Ramiro Arroyo Ponce
Cargo:	Secretario Ejecutivo Comisión Episcopal de Medios de Comunicación
Dirección:	Av. América 1830 y Mercadillo
Ciudad:	Quito
País:	Ecuador
Teléfono:	+ 593 - 9 - 8522133
Fax:	+ 593 - 2 - 2567309
E-mail:	ramiroarroyo@radiocatolica.org.ec

Nominación:	Señora
Nombre:	María Elena Rojas
Cargo:	Jefe de Prensa
Dirección:	Estados Unidos 838
Ciudad:	Lima
País:	Perú
Teléfono:	+ 51 - 1 - 4631010 / 0002
Fax:	+ 51 - 1 - 4630002
E-mail:	mrojas@iglesiakatolica.org.pe prensa@iglesiakatolica.org.pe

Nominación:	Señora
Nombre:	Sugeiry Micher Sandoval
Cargo:	Encargada de Departamento de Prensa
Dirección:	Calle Rómulo Betancourt casi esquina Núñez de Cáceres N° 1.608
Ciudad:	Santo Domingo
País:	República Dominicana
Teléfono:	+ 809 - 4822724 / 2524
Fax:	+ 809 - 4822524
E-mail:	prensaced@gmail.com michersandoval@hotmail.com

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Ramón Benito Ángeles
Cargo:	Secretario General
Dirección:	Calle Rómulo Betancourt casi esquina Núñez de Cáceres N° 1.608
Ciudad:	Santo Domingo
País:	República Dominicana
Teléfono:	+ 809 - 4822724
Fax:	+ 809 - 4822524
E-mail:	p.benito@verizon.net.do prensaced@gmail.com

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Ramón Vilorio
Cargo:	Secretario General
Dirección:	Av. Teherán a 300 mts. Ucab
Ciudad:	Caracas
País:	Venezuela
Teléfono:	+ 58 - 2 - 4422090
Fax:	
E-mail:	

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Reinaldo del Prete
Cargo:	Presidente Comisión de Comunicación
Dirección:	Av. Teherán a 300 mts. Ucab
Ciudad:	Caracas
País:	Venezuela
Teléfono:	+ 58 - 2 - 4422090
Fax:	
E-mail:	

Nominación:	Monseñor
Nombre:	Baltazar Porras Cardozo
Cargo:	Presidente del Departamento de Comunicación - CELAM
Dirección:	Palacio Arzobispal frente a la Plaza Bolívar Cod. Postal: 5101
Ciudad:	Mérida. Estado Mérida
País:	Venezuela
Teléfono:	+ 58 - 274 - 252.57.86 / 252.43.07 cel. - 414 - 374.09.00
Fax:	+ 58 - 274 - 252.12.38
E-mail:	bepocar@gmail.com bepocar@cantv.net curiamer@cantv.net

Nominación:	Licenciado
Nombre:	César Emilio Torres
Cargo:	Director Oficina de Prensa
Dirección:	Av. Teherán a 300 mts. Ucab
Ciudad:	Caracas
País:	Venezuela
Teléfono:	+ 58 - 2 - 4422090
Fax:	
E-mail:	cesaremilio@hotmail.com prensa@cev.org.ve

Nominación:	Presbítero
Nombre:	David Gutiérrez
Cargo:	Director Oficina de Prensa
Dirección:	Carrera 5ª. N° 118 - 31 Usaquén
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+ 57 - 1 - 657.83.30
Fax:	+ 57 - 1 - 612.19.29
E-mail:	prensa_director@celam.org prensa_director@cable.net.co

RENDICION DE CUENTAS SOBRE DEPOSITOS

DEPARTAMENTO: Oficina de Prensa

NOMBRE Y NUMERO DEL PROGRAMA: Encuentro Regional Países Bolivarianos y algunos del Caribe para Preparación Inmediata de la Cobertura de la VCG Código N° 2306 - 06021110

NOMBRE DEL ENCUESTO Encuentro Regional

LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN: Caracas, Venezuela. 06 al 08 de septiembre de 2006

NUMERO DE PARTICIPANTES: 10 participantes TIPO DE CAMBIO: 1 US \$ x 2.150 Bolívars

CODIGO RECIBIDO	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	US\$ 4.500,00 US \$	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	\$ _____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) Otras mon.	_____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____) US\$	_____	_____	_____
TOTAL RECIBIDO	4.500,00 US \$	_____	_____

GASTOS	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
1) Pasajes + Impuestos (Cfr. lista)	613,75	_____	_____
2) Alojamiento y Alimentación	947,02	_____	_____
3) Otros Alimentación	_____	_____	_____
4) Honorarios profesores	300,00	_____	_____
5) Papelería y material	35,07	_____	_____
6) Comunicaciones, correo, fotocopias	34,42	_____	_____
7) Gastos de secretaría	116,28	_____	_____
8) Transporte terrestre	992,56	_____	_____
9) Recreación	_____	_____	_____
10) Tasas aeroportuarias	107,70	_____	_____
11) Exceso de equipaje	_____	_____	_____
12) Varios	48,25	_____	_____
TOTAL EGRESOS	3.195,05 \$	_____	_____

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
SALDO A MI FAVOR.....	_____	_____	_____
SALDO A FAVOR DE TESORERIA.....	1.304,95 \$	_____	_____

Fecha: 13 de septiembre de 2006

Firma: _____

P. DAVID GUTIÉRREZ
Director Oficina de Prensa



CONFERENCIA GENERAL
DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

Presidente

CARLOS ARRIAS

Secretaría General Conferencia Episcopal de México

MEXICO

Secretaría de Asesoría de la Conferencia Episcopal de México

Antecedentes y a la celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, invitando oportunamente la participación del Secretario Episcopal en México, Panamá, Centroamérica y algunas países del Caribe para proporcionar información de la cobertura de la VOG, desde su nacimiento en la Ciudad de México, en días 19 al 20 de septiembre del 2005.

El objetivo general del Encuentro es proporcionar una plataforma de diálogo y reflexión entre los miembros de la VOG, para la elaboración de la VOG, desde su nacimiento en la Ciudad de México, en días 19 al 20 de septiembre del 2005.

ENCUENTRO PAISES CENTROAMERICA Y MEXICO

1. Convocatoria
2. Objetivos
3. Metodología
4. Informativo
5. Propuestas: diagnóstico, qué hacer, cómo hacerlo
6. Propuestas para el nivel Latinoamericano
7. Evaluación
8. Lista de Asistentes
9. Resumen Económico

México, D.F. 19 de septiembre del 2005
Presidencia Episcopal de Centroamérica
CECLAM



165

CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO
OFICINA DE PRENSA

Bogotá, 03 de abril de 2006

Monseñor

CARLOS AGUIAR

**Secretario General Conferencia Episcopal de México
MEXICO**

Excelencia, reciba un saludo cordial en Cristo Jesús.

Acercándonos ya a la celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, estamos proyectando la realización del **Encuentro Regional en México, Panamá, Centroamérica y algunos países del Caribe para Preparación inmediata de la Cobertura de la VCG**, evento a realizarse en la *Ciudad de México, los días 18 al 20 de septiembre del 2006.*

El Objetivo general del Encuentro es "Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Centroamérica, México, Panamá y algunos del área del Caribe". Específicamente trataremos los temas:

1. Conocer los procesos de preparación y celebración de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
2. Establecer los mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz de la VCG.
3. Determinar estrategias para la incorporación de todos los medios de comunicación de los países en la difusión informativa de la VCG.

En sucesiva comunicación daremos indicaciones precisas del lugar donde se realizará el evento. Para confirmación de asistencia se agradece comunicar a nuestra oficina de prensa a los teléfonos + 57 - 1 - 657.83.30 o a los correos electrónicos prensa@celam.org o prensa_director@celam.org. La oficina de prensa, contando con la colaboración del SCLA proveerá el costo total del boleto aéreo desde la capital de su país hasta la Ciudad de México, el traslado interno hasta el lugar de la reunión y los costos completos del alojamiento y la alimentación.

Además de la participación de Su Excelencia, también es importante que participe en la reunión la persona encargada de la oficina de prensa y el responsable del área de comunicación.

Sin otro particular, e implorando a Dios siga bendiciendo su labor, me suscribo,

Mons. Baltazar Porras Cardozo
Presidente Departamento de Comunicación
CELAM



OFICINA DE PRENSA

Encuentro Regional en Centroamérica, México, Panamá y algunos Países del Caribe para Preparación Inmediata de la Cobertura V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe
Ciudad de México
18 al 20 de septiembre de 2006

OBJETIVO GENERAL

Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Centroamérica, México y algunos países del Caribe.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Socializar con los participantes aspectos relevantes de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe.
- Establecer mecanismos de apoyo para la difusión informativa eficaz en los países convocados.
- Establecer las estrategias adecuadas para que se incorporen los medios tanto católicos como laicos en la difusión informativa de la VCG.



OFICINA DE PRENSA

Encuentro Regional en Centroamérica, México, Panamá y algunos Países del Caribe para la Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe

*Ciudad de México
18 al 20 de septiembre de 2006*

METODOLOGIA

1. La Reunión la desarrollaremos en dos días, iniciando el lunes 18 a primera hora de la tarde, finalizando el mediodía del miércoles 20.
2. Habrá una presentación informativa del estado actual del proceso hacia la V Conferencia General. Después de la presentación tendremos tiempo para el diálogo.
3. Luego se presentará el proyecto de comunicación de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. También habrá diálogo.
4. Por países se trabajará para conocer las posibilidades comunicacionales que brinda cada uno y determinar las posibilidades de apoyo y alianzas.
5. Planificación del proceso en los países y el aporte latinoamericano desde el CELAM.



OFICINA DE PRENSA

168

**ENCUENTRO REGIONAL EN CENTROAMERICA, MEXICO Y ALGUNOS PAISES
DEL CARIBE PARA PREPARACION INMEDIATA DE LA COBERTURA DE LA VCG**
Ciudad de México – México, 18 al 20 de septiembre de 2006

INFORMATIVO

1. La sede del Encuentro es la Casa de las Obras Misionales Pontificias. Dirección: Prolongación Misterios N° 24. Teléfono: + 52 – 55 – 5750.0544.
2. La moneda es el Peso Mexicano. El cambio es variable y oscila entre los 10 y 11 \$ mexicanos por 1 US \$.
3. El clima es templado de comienzos de otoño, con temperaturas no superiores a los 25°.
4. El Evento se desarrollará en dos días de trabajo, comenzando la tarde de lunes 18 de septiembre y terminando con el almuerzo del día miércoles 20. La llegada puede ser el domingo por la tarde / noche o el lunes a primera hora, la salida puede ser el miércoles por la tarde o el jueves en el transcurso del día.
5. El Objetivo General del Encuentro es: "Determinar los mecanismos y estrategias adecuadas para la difusión eficiente y oportuna de la VCG en los países de la Región Centroamericana y México, con algunos países del Caribe".
6. La tarde del primer día será para presentar una panorámica de la situación actual de la VCG, sus preparativos y sus proyecciones hasta la realización en mayo del 2007. Habrá conversatorio sobre la presentación y aclaración de dudas. También se habrá presentación sobre el proceso de participación que se realiza en los actuales momentos.
7. El segundo día será la presentación del proyecto de comunicación para la VCG. Conoceremos sus objetivos y el plan general. Se tendrá sesión de trabajo para determinar mecanismos de apoyo desde las Conferencias Episcopales al proceso comunicativo e informativo de la VCG. Los informes los presentaremos por grupos regionales, en los que se determinarán los aspectos más significativos que serán los llevados a la plenaria.
8. Otra sesión de trabajo del segundo día será el establecer estrategias que apunten a la incorporación de los medios de comunicación, tanto católicos como laicos, en los procesos de difusión de la VCG.
9. Las sesiones plenarias serán para la toma de decisiones operativas de los trabajos de las sesiones.
10. Para el desarrollo fluido del trabajo es importante el aporte de todos. Por eso pedimos que elaboren y lleven a la reunión un listado con el nombre de los medios católicos de su país, con el nombre de algún responsable y una dirección electrónica. Si tienen páginas Web's también deberían ser incluidos en el listado. También pedimos que piensen en las posibilidades comunicacionales de un evento como la VCG, y las escriban, para que podamos compartirlas y discutir las. La idea es no llegar en cero, sino ya tener previstos algunos aportes.
11. Con el equipo de comunicación de México vamos a coordinar los aspectos logísticos de traslado aeropuerto – hotel – aeropuerto, según los itinerarios de sus vuelos.



169

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional en Centroamérica, México, Panamá y algunos del Caribe para Preparación
 Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
 Ciudad de México

18 al 20 de septiembre de 2006

**PROPUESTAS PAISES CENTROAMERICA, MEXICO, PANAMA Y ALGUNOS
 DEL CARIBE**

COSTA RICA

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	• Actor social con ingerencia social. • Referente de formación de opinión. • Jerarquía.	• Evangelizar a los medios (tarea de catequización con un componente eclesiológico fuerte). • Replanteamiento de roles (quién es el obispo en la Iglesia). • Empoderamiento de sectores laicales.	Creación de instancias laicales (asociación de comunicadores católicos) de sensibilización y formación cristiana, que responda a los procesos de inserción del comunicador laico en la vida eclesial, de cara a su función en la sociedad.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Interés (noticioso, aras de programación, rating).	Pastoral que supone el acercamiento sincero a los MCS.	Encuentros periódicos de los obispos con los medios.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Imposible. Asunto de competencias.		
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Proyectos personalistas más que institucionales.	Directrices claras de la Conferencia Episcopal sobre el tema de la VCG.	Encuentro de la comisión especial de preparación de la VCG, con los medios eclesiales para el manejo de información y promoción del evento.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Intento. Sigue siendo planteado más como una actividad del episcopado que como una experiencia eclesial.	Idem.	

CONFERENCIA EPISCOPAL

	1. PERCEPCION DE LA VCG.	- El tema de la VCG está en la agenda del episcopado. - Se ha invertido en instrumentos (afiche, banners, oraciones). - Hay un obispo asignado y una comisión episcopal. - Publicación de un documental con las conclusiones de Costa Rica a la VCG.	Animar para perseverar.	- Análisis del trabajo realizado por las diócesis de cara a la VCG. - Que la comisión sugiera a la Conferencia la elaboración de líneas programáticas 2007 para impulsar e involucrar a toda la Iglesia en el proceso hacia la VCG. - Reunión con el resto de secretarios ejecutivos y otras instancias de la Conferencia. - Elaborar y facilitar materiales para pequeños grupos. No sólo Mass Media.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.			

EL SALVADOR

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	Muy vaga. En general la identifican con la jerarquía. Predomina el respeto hacia ella.	- Diálogo con personas claves (ej.: quien esté encargado de la fuente "Iglesia" para conversar sobre este punto). - Reuniones de información para conversar sobre este punto.	Organizar talleres, convivencias o incluso algún retiro.

GUATEMALA	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Muy débil, pero en gran parte es culpa de la misma Iglesia. En general, no hay animadversión u hostilidad.	Aprovechar ciertas circunstancias, por ejemplo, la jornada de las comunicaciones sociales, o ciertas fiestas religiosas de gran importancia.	Invitando a debatir algunos temas y acompañándoles en el trabajo.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Depende de los temas: hay apertura para la parte devocional y espiritual, pero predomina la resistencia a lo social.	Buscar a las personas que tienen poder de decisión y dialogar con ellas.	Aprovechando los espacios que se abren y visitando a las personas clave.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Hay dos clases de medios: los que pertenecen a diócesis y los que son propiedad de otras instancias eclesiales; la sintonía es mayor en los primeros.	Unir criterios dentro de la Conferencia Episcopal para que nuestros medios "sintonicen" más fácilmente.	Propiciando el diálogo sobre estos temas en el seno de la Conferencia Episcopal. De aquí bajaría a los medios.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Ha tenido poca presencia en los medios, pero existe una actitud de apertura.	Las condiciones están dadas si en la Conferencia Episcopal hay mayor compromiso con la VCG.	Manteniendo vivo el interés hacia la VCG mediante materiales, entrevistas, etc.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Hay interés, pero nos falta profundidad. No hemos aprovechado la potencialidad que ofrece para dinamizar los procesos pastorales.	Aprovechar las reuniones que se realizan periódicamente para avanzar en estos temas.	Estimulando el diálogo y el compromiso con este acontecimiento eclesial.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Conviene distinguir entre la Conferencia Episcopal y la Comisión Episcopal de Comunicación Social: en la primera hay menos conciencia, lo cual es comprensible.	Esto supone revisar ciertos puntos de la eclesiología y la cristología: Cristo como perfecto comunicador; la Iglesia al servicio de este "diálogo de salvación", con todas las implicaciones que contiene (actitud de conversión, dejarse interpelar, etc.).	Subrayando cómo la comunicación debe ser una dimensión transversal de toda la pastoral y explicando por qué.

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	Le tienen respeto y goza de prestigio en general. También atacan duro a algún obispo, cuando éste opina sobre realidades socioeconómicas en contra de los privilegiados, por ejemplo minería.	- Preparar un material concreto y atractivo sobre la VCG. - Convocar a los medios (que respondan), entregarles y explicarles ese material. Motivarlos a interesarse. - Solicitarles que lo divulguen en sus medios.	- Contando, en parte, con producciones del CELAM. - Contactando a grupos de Iglesia que ya han avanzado en la preparación y aportes a la VCG.
	2. RELACIÓN TIENEN CON ELLA.	Suelen acudir cuando se les convoca a conferencias de la CEG. Cuentan con la opinión de la Iglesia en cuestiones de debate. En general, hay relación, se puede decir "buena".	- Aprovechar el poder de convocatoria que todavía tiene la Iglesia (Conferencia Episcopal). - Fomentar los contactos personales con periodistas: - Utilizar, para lo anterior, los buenos oficios de periodistas católicos.	- Nombrar en la CEG un miembro encargado de relaciones con la prensa. - Mediante el encargado de relaciones con prensa y a través de la oficina de Comunicación de la CEG.
	3. DISPOSICIÓN PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Algunos medios sí se prestarían, sobre todo, si se les explica bien el motivo y se les provee, por ejemplo, de cuñas, spots y materiales ya hechos (sólo para que los pasen).	- Proveerles de material concreto, que ellos lo evalúen y seguramente algunos colaborarán. - Echar mano, en lo anterior, de laicos comprometidos, que se muevan en el campo de la comunicación.	- Comenzando por los medios (personas) más favorables a la Iglesia. - Poco a poco, con todos.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Todos los medios católicos oficiales (radios diocesanas) si están en sintonía. Tienen buena disposición a hacer lo que se les indica. Los de "inspiración católica"	Los medios eclesiales están todos disponibles. Igual los de "inspiración católica". Hay que convocarlos a todos juntos y presentarles un material concreto. Lograr que	- Con reuniones periódicas con los directores de medios católicos y con los de "inspiración". - Compartiendo con ellos el material que se nos da en

HONDURAS		también tienen disposición. Pero desconocen mucho.	lo tomen como suyo. Si su obispo lo empuja también, el éxito será mayor (en la preparación de la VCG). Lo que necesitan esos medios es información.	los talleres y reuniones internacionales. ● Aceptando sus iniciativas oportunas.
MEDIO NO ECLESIALES	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Creo que todos los medios están dispuestos a adherirse al proceso. Basta que lo indiquemos desde la CEG. Hay que presentarles los planes en concreto.	Creo que todos los medios eclesiales se van a adherir al proceso. Necesitaremos el material adecuado para ello. Los medios “de inspiración católica” ya han pedido recursos. Están muy dispuestos a seguir las directrices que emanen de la CEG.	Con reuniones periódicas y material adecuado.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Siento que entre los obispos hay, en este momento, un silencio y poca preocupación. Quizás la ven muy lejos todavía. Tal vez se está haciendo algo en las diócesis.	● Pienso que en algunas diócesis, según el obispo, se debe estar dando información y haciendo conciencia sobre la importancia de la VCG. ● A nivel de la CEG voy a hablar con mi obispo responsable de comunicación y con el Presidente de la CEG, para ver como están los obispos al respecto.	● Hablar con el obispo presidente de la CEG (Mons. Ramazzini) y con el responsable de comunicación (Mons. Gonzalo de Villa). ● Ver en qué se ha avanzado y qué sugieren.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Creo que sí están anuentes a los planes de comunicación respecto a la VCG, pero eso necesita concretarse en algo. Esa concreción todavía no se ve.	● Primero habrá que hacer el plan de comunicación sobre el proceso de participación de la VCG. ● Después, los obispos se adherirán al plan. ● Tendrán que hablar en el plenario de la CEG, respecto de la VCG.	Contactar con grupos de Iglesia, que hayan elaborado material de preparación: VC CONFREGUA (Religiosos).

**MEDIOS NO
ECLESIALES**

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	Los medios seculares ven en la Iglesia una institución de confianza. Creen en ella; siempre apoyan las iniciativas, procesos y proyectos. Para varios medios es una fuente oficial.	Reforzar a través de nuestro trabajo, y de la Iglesia misma, la confianza y credibilidad que los medios seculares tienen hacia nuestra Iglesia hondureña.	Periódicamente enviar comunicados de prensa, informando sobre proyectos, actividades, etc., y darle seguimiento.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Hay una excelente relación. Los medios acuden a buscar información y encuentran una Iglesia abierta a colaborar en lo que sea posible.	• Mantener la buena relación que existe, mostrando interés en ellos, no sólo cuando los necesitemos para cubrir o difundir una noticia, sino también interesarnos por ellos como personas y empresas. • Crear y formar un grupo de personas para un momento de crisis.	• Ya contamos con un listado de MCS y comunicadores que cubren la fuente Iglesia, conocer sus cumpleaños o aniversario de fundación de los medios son detalles pequeños pero que hacen estar más cerca de ellos. • Anualmente tenemos dos encuentros con los comunicadores para estrechar lazos de amistad: navidad y jornada mundial de las comunicaciones. • La conformación de este equipo es una necesidad apremiante. Se hará en la brevedad posible.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Totalmente. Siempre que se le ha convocado para realizar trabajos en conjunto, contamos con grandes aliados.	• Establecer mecanismos para facilitarles la tarea de información, cobertura y difusión. • Ofrecer talleres de formación para un mejor manejo de la información.	• Entregarles material para radio, TV y medios escritos que les sirvan de referencia y apoyo. • Calendarizar talleres con el apoyo de sacerdotes y laicos; pueden programarse para las diferentes diócesis o por regiones.

MEDIOS ECLESIALES

MEDIOS NO ECLESIALES

CONFERENCIA EPISCOPAL

MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	A través del Proyecto Salomón, ejecutado por la RIIAL, ha logrado que la red de radios católicas y Canal 48 (todos pertenecen a la Iglesia) lleguen a más personas a través de la señal satelital. Esto nos permite estar en un mismo espíritu y un mismo sentir, según la necesidad de la Iglesia local, nacional o universal.	Ya se han establecido políticas y estrategias para lograr un trabajo de red de medios católicos, por lo tanto la tarea es continuar este trabajo y ver qué aspectos podemos mejorar.	En cuanto haya necesidad de hacer red, se convoca e informa de la razón de la misma.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Todos los medios en diferentes reuniones han venido siguiendo los pasos de este proceso de la VCG y están dispuestos a colaborar en la difusión antes, durante y después.	• Brindar a los medios las herramientas necesarias para lograr un buen trabajo de información, difusión y cobertura de la VCG. • Ofrecerles talleres de formación sobre la VCG.	Idem N° 3 medios no eclesiales.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Nuestra Conferencia Episcopal ve con mucha esperanza esta VCG y han animado a los fieles de sus respectivas diócesis para unirse a esta etapa de participación a través del documento.	Producir para radio, TV y prensa el sentido de comunión y el sentir de nuestra CE con la Iglesia Universal, a través de spots o espacios que se divulguen en los diferentes medios tanto eclesiales como los no eclesiales.	Concertar citas con los obispos para poder realizar las grabaciones.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG	Son muy colaboradores con el trabajo del Departamento y para este proceso de VCG ya han dado algunas líneas para el trabajo de difusión.	Nuestros obispos en su mayoría creen mucho en la tarea de los MCS, esto facilita la tarea, ya que siempre están generando ideas, para este proceso ya han ofrecido su apoyo, en los próximos días se presentará el plan de trabajo para que brinden sus aportes y aprobación final.	Establecer el plan de trabajo y presentarlo en la próxima reunión de la Conferencia Episcopal.

**MEDIOS NO
ECLESIALES**

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
	1. VISION DE LA IGLESIA.	Se le ve con respeto y se toman en consideración sus puntos de vista; sin embargo, es fácilmente criticada y cuestionada.	• Crear mecanismos de análisis al interior de la Iglesia y compartir los resultados a la opinión pública de forma que se tenga una visión más completa de la Iglesia. • Profesionalizar el quehacer de la Iglesia en medios de comunicación con el fin de ofrecer a la opinión pública una visión más real y actual de la Iglesia.	• Creación de instrumento multimedial de comunicación. • Capacitación y formación permanentes en el uso y manejo de MCS.
	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	Es estable en tiempos tranquilos. Cuando no, los medios tienden a tomar distancias.	• Motivar el diálogo con dueños y profesionales de medios con el fin de crear lazos y proyectos en bien de la sociedad. • Abrir canales de comunicación, en especial en momentos de crisis para esclarecer y ayudar a la construcción de un auténtico derecho a la información.	• Creación de un departamento de relaciones públicas especializada en MCS. • Configuración del departamento de manejo de crisis.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Pese a que hay buena relación es difícil trabajar con los medios institucionales. De forma particular es más factible.	• Por medio del diálogo ofrecer a los medios información útil (no sólo religiosa) del quehacer pastoral de la Iglesia en los diversos campos con la finalidad de crear proyectos en beneficio de la comunidad. • Profesionalizar y actualizar el trabajo de la	• Creación de un plan integral de comunicación social. • Creación del centro católico multimedial.

CONFERENCIA EPISCOPAL			Iglesia a fin de ofrecer a la sociedad elementos informativos acordes a las necesidades actuales de la sociedad.	
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	En los últimos años se ha comenzado a trabajar algunos proyectos en conjunto; hay buena disposición.	• Promover un espíritu de auténtica comunión, promoviendo la posibilidad de trabajar como un solo cuerpo. • No olvidar el sentido de Iglesia: • Pasar de instancias locales a nacionales. • Buscar los procesos de profesionalización y equidad entre medios eclesiales. • Dar cabida al acceso y difusión de la información a todos los medios eclesiales, no importando la estructura que estos tengan.	• Por medio de los encuentros nacionales de responsables de oficinas de comunicación. • Trabajos y reuniones entre provincias eclesiales
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Todavía es un poco indiferente el avance, sin embargo poco a poco se comienza a poner interés.	• Focalizar la atención del trabajo de los medios, no solo para los días que dure la conferencia, sino promover trabajos a largo plazo. • Promover el espíritu de la conferencia con un sentido Latinoamericano.	Dar prioridad en cada de los medios locales al desarrollo de la VCG y darle seguimiento.

CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Con esperanza en descubrir una Iglesia renovada para América Latina.	Promover que el espíritu de la conferencia parta de la realidad latinoamericana.	Concienciar a los señores obispos con documentos e informaciones varias sobre el sentido real de la VCG.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Hay buena disposición para los trabajos y procesos de comunicación de la VCG.	Profesionalizar los procesos de comunicación a fin de difundir de forma veraz y verificable las conclusiones de la VCG.	Capacitación profesional y continua a los obispos sobre los procesos de comunicación de la VCG.

NICARAGUA

		DIAGNOSTICO	¿QUE HACER?	¿COMO HACERLO?
MEDIOS NO ECLESIALES	1. VISION DE LA IGLESIA.	• Que poco a poco se despartidiza y desparcializa. • Logrando un justo medio profético. • Ecuánime y equilibrada en sus juicios. • Inserta y atenta a la situación y circunstancias históricas. • Más y mejor estructurada y organizada, respetuosa de su propia dinámica interna. • Con una cierta tendencia diferente al de la institución.	• Continuar con el mismo espíritu de comunión, participación, profético y ecuánime en la visión de los problemas nacionales. • Trabajo colegial entre todos los departamentos y sectores pastorales de la CEN.	• Animando y fortaleciendo un nuevo órgano de reflexión, creado a raíz de la última Exhortación Pastoral de los obispos, del 15 de agosto de 2006. • Fortaleciendo los vínculos de comunicación entre el Secretariado adjunto de la CEN, dicho órgano de reflexión y el DECOS. • Estableciendo una estrategia, coordinada por el Secretariado adjunto de la CEN, para mantener y sostener una comunicación y relación fluida entre todos los secretarios ejecutivos de los departamentos. • Proponiendo a la CEN, la calendarización anual de los programas de trabajo de los Departamentos.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG.			
	3. PERCEPCION DE LA VCG.			

	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	• Respeto y hasta un cierto aprecio por su nuevo dinamismo. • Punto de referencia de juicios y análisis sociales, políticos, económicos, religiosos, etc. • Fuente de información. Fácilmente la Iglesia es noticia.	Aperturar la oficina de prensa de la CEN y en algunas diócesis, como la arquidiócesis de Managua, donde se aperturaría en el mes de octubre de 2006.	Motivando dicha apertura.
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Mucha apertura, en parte por la correspondencia hacia ellos. La relación interpersonal con los dueños, directores y periodistas de los MCS es de vital importancia para este logro.	Fortalecer los vínculos interpersonales e institucionales, a través de jornadas de trabajo que abarquen la animación, formación e información con los dueños, directores y periodistas de los medios.	Institucionalizando a nivel eclesial el anuncio de la Jornada Mundial de las Comunicaciones, la celebración de dicha jornada y del día del periodista, entre otros. Esto en conjunto con la Pastoral de MCS de la Arquidiócesis de Managua.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Aunque se ha avanzado en la integración, a veces se constata una cierta indisposición a la participación conjunta, propia de una espiritualidad de comunión y participación. Sin embargo, cuando se trata de un proyecto oficial, todos los medios se insertan en dicho proyecto.	• Concluir el proyecto del departamento de medios de comunicación social. • Solidificar las estructuras del DECOS – CEN. • Realización de la primera asamblea pastoral nacional de MCS. • Establecer estrategias de hermanamiento y enlaces entre los medios. • Fortalecer y extender aún más el trabajo de la RIAL.	• Trabajando más intensamente para lograr la conclusión del proyecto DECOS – CEN. • Ampliar el Directorio de Medios de Comunicación Social. • Convocando para el primer trimestre de 2007 la Asamblea Pastoral Nacional de MCS. • Configurando el grupo de producción radiofónica nacional.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Total disponibilidad, a la espera del marco referencial, propuesto por el CELAM.	Integrar, como eje transversal, el tema de la VCG en el programa anual 2007.	
	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Esperanzada, disponible, aunque muy discreta.	Exponer en la asamblea anual de la CEN, el trabajo preparativo de la VCG.	

**CONFERENCIA
EPISCOPAL**

2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.

Total adhesión.

Organizar un programa especial 2007 de comunicación al proceso de la VCG, que abarque los medios hablados, escritos y RIIAL en la Iglesia de Nicaragua.

Indicador: el 100% de los medios de comunicación de la Iglesia de Nicaragua, en la Iglesia de Nicaragua.

PANAMA

1. VISION DE LA IGLESIA.

DIAGNOSTICO

- Fuente de información importante, válida y creible.
- Conservadora, cerrada y a la defensiva.

¿QUE HACER?

- Establecer un puente con los medios no eclesiales de apertura sincera y abierta al diálogo en momentos de armonía, pero también en momentos difíciles o de crisis para evitar pronunciamientos para ap.
- Establecer fuentes oficiales de la Iglesia de acuerdo a los temas.
- Hacer talleres sobre estructura de la Iglesia y términos eclesiales (especializar a los periodistas en temas eclesiales).
- Encuentro con dueños de medios para reflexionar temas de común interés (libertad de expresión, contenido de los medios).

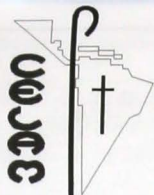
¿COMO HACERLO?

- Solicitar al secretario ejecutivo de la CEP que eleve al pleno de la Conferencia la designación de los voceros de esta instancia.
- Taller sobre "estructura de la Iglesia" para enero de 2007.
- Reunión con dueños de medios de comunicación en octubre de 2006.

**MEDIOS NO
ECLESIALES**

	2. RELACION TIENEN CON ELLA.	En términos generales es muy buena, abiertos a apoyarla en sus procesos y proyectos.	Subsidios o informaciones que faciliten la cobertura de los acontecimientos eclesiales, y garanticen su trabajo informativo con respecto a la realidad del país.	Elaborar este año 2006 con el Departamento de Medios Y Secretariado de la CEP los subsidios para los medios VCG (términos eclesiales, estructura de la Iglesia Panameña, la Iglesia Latinoamericana...).
	3. DISPOSICION PARA UN TRABAJO CONJUNTO.	Existe la disponibilidad para hacer un trabajo coordinado y conjunto.	• Establecer un programa / plan de la VCG. • Integrar un equipo de comunicadores que produzcan información y faciliten información periodística (fuentes documentales, entrevistas, página Web fuente de información).	Integrar un equipo RIIAL – CEP, medios, con apoyo de comunicadores católicos comprometidos.
MEDIOS ECLESIALES	1. SINTONIA CON PROYECTOS / PROCESOS INSTITUCIONALES	Están en sintonía permanente con los procesos eclesiales, aunque no de manera cohesionada.	• Departamento de Medios de Comunicación debe establecer un Plan de Comunicación (Encuentro Nacional de Medios de Comunicación Católicos). • Elaborar un directorio de MCS, con los nombres de agentes de pastoral. • Crear la Red de Medios de Comunicación Católicos, como ente de reflexión y accionar en conjunto.	Realización del Encuentro Nacional de Agentes de Pastoral de la Comunicación.
	2. ADHERENCIA AL PROCESO DE LA VCG	Si se han dado procesos para visibilizar este acontecimiento. Pero, no hay un programa sistemático que garantice la sostenibilidad del tema.	• Departamento de Medios de Comunicación debe ser generador de información a los medios católicos de los procesos	• Promoverá la producción y elaboración de material informativo, en los medios católicos (radio, prensa, TV, Internet) sobre los

			nacionales para la VCG. • Suministrarle las fuentes oficiales de los procesos en cada diócesis. • Departamento debe servir de enlace entre la Oficina de Prensa de la VCG y los MCS para la cobertura antes, durante y después del evento.	procesos de la VCG. • Se solicitará a cada obispado una fuente oficial de la diócesis para la VCG. • El Departamento seguirá en contacto permanente con la Oficina de Prensa de la VCG.
CONFERENCIA EPISCOPAL	1. PERCEPCION DE LA VCG.	Es una de sus prioridades como organismo colegiado, que ha logrado animar el proceso de participación en las diferentes diócesis.	Mantener una comunicación permanente entre los obispos y con los obispos sobre los procesos nacionales en internacionales de la VCG.	Se creará un foro en Internet para los obispos para que intercambien reflexiones.
	2. ADHERENCIA DE PLANES DE COMUNICACIÓN AL PROCESO DE LA VCG.	Aunque no existe actualmente un plan de comunicación para el proceso, está abierta a las iniciativas desarrolladas en este campo de la comunicación.	Establecer un Plan de Comunicación de la VCG que contemple: foros, página Web, boletín electrónico semanal, fax..., sobre todo el proceso.	Secretaría del Departamento está propuesta.



183

OFICINA DE PRENSA DEL CELAM
*Encuentro Regional Centroamérica, México. Panamá y algunos Países del Caribe para Preparación
 Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe*
Ciudad de México

18 al 20 de septiembre de 2006

¿QUE HACER? ¿COMO HACERLO? (NIVEL LATINOAMERICANO)

A NIVEL DEL SEDAC

¿QUÉ HACER?	¿COMO HACERLO?
• Establecer foro de MCS católicos. • Establecer foro de MCS laicos.	• A través de la Red de Medios Católicos de la Región. • Hacer un espacio en la página de la VCG. • Hacer encuesta de sus necesidades informativas.
Intercambiar información de los procesos de cada país / diócesis sobre experiencias, enlazando los medios católicos.	Se establecerá contacto con medios de la región afines (radios, televisoras, prensa...).
Producir materiales sobre lo que es la VCG para los distintos medios (prensa, radio, TV, Internet).	Según los avances en cada país – ponerlo a disposición de los que menos pueden producir.
RIIAL de la región: diseñar / compartir, e intercambiar subsidios sobre la VCG a nivel de la región (análisis, estadísticas, etc.).	Cada país debe suministrar datos estadísticos con los principales desafíos eclesiales y sociales.
Área ad hoc para centralizar y promover las etapas de la VCG.	Departamento de Comunicación integrado por los distintos secretarios ejecutivos de la región en representación de los distintos medios nacionales.
Área ad hoc para el tema de información.	Oficina de prensa regional (con filiales).
Uso de nuevas tecnologías.	RIIAL, página Web regional, a manera de portal, que concentre tanto el proceso como los aportes de cada país.
Intercambio de subsidios.	Homologar el recurso.
Integrar a la región en un trabajo más conjunto y participativo de comunicación y comunicadores.	• Estableciendo una reunión anual de información, evaluación y formación para los órganos direccionales de los DECOS en la región.

	• Estructurando un canal abierto de <i>comunicación permanente</i>, para el intercambio de experiencias, proyectos y trabajos, a través del referente RIAL u otro. • Motivando la creatividad regional y de cada provincia, elaborando un plan de medios para la promoción de la Conferencia (animación, formación). • Utilizando portales, páginas, foros electrónicos para la animación, formación e información de la VCG.
Crear una campaña de expectativa, formativa (radio, prensa, TV, Internet, cápsulas informativas).	• Pueden producirse por región o se pueden producir en el CELAM y lograr una campaña más institucional. • Con información obtenida de la página Web de la VCG, como fuente oficial y otras fuentes.
Establecer horarios específicos en los cuales podamos dar a conocer los avances de la VCG a través de un programa especial.	Enlistar los medios de comunicación de cada país y conocer las posibles horas de transmisión. Puede transmitirse vía satélite, Internet o teléfono.
Transmisiones en vivo desde la sede de la VCG.	Conocer los horarios de actividades y programar horarios.
Escuchar a todos los grupos de Iglesia que están haciendo aportes a la VCG.	Conocerlos y pedirles sus conclusiones.
No desechar los aportes de grupos más avanzados, que plantean cambios más profundos en la Iglesia.	Reflexionando sobre las propuestas que hagan, porque algunas son viables y necesarias.
Fortalecer la red de medios católicos de Centroamérica.	Dedicando recursos y personal, por parte de cada Conferencia Episcopal.
Enriquecer el intercambio existente.	Mediante comunicación fluida.
Se ha avanzado mucho y hay mucha apertura. Las condiciones son muy favorables.	Puede ser útil una sencilla dinámica FODA: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Esto puede crear un clima de esperanza y de compromiso.
Conviene subrayar algunos elementos claves de la <i>teología de la comunicación</i> para no caer en la tentación del enfoque instrumental.	Que el CELAM envíe algún material de reflexión a los obispos de la región invitando a tener presentes algunas de las afirmaciones centrales de esta teología.
Un punto esencial es hacer ver la <i>transversalidad de la comunicación</i> en la pastoral, en la línea de Puebla:	Una forma sería partir del triple ministerio de Cristo para explicar por qué debe situarse la pastoral de la comunicación en una de las tres dimensiones de la pastoral fundamental

“Evangelizar es comunicar” (1063).	(profética – litúrgica – social).
Reforzar la idea de la Iglesia en diálogo con el mundo- las “nuevas realidades” que nos desafían – y no quedarnos en lo tradicional.	Es un punto delicado porque implica reconocer los signos de involución y de intimismo que se observan en algunas Iglesias particulares. Se puede acudir a estudios sobre la materia elaborados con serenidad, objetividad y competencia. Ej.: de las ponencias del segundo congreso Latinoamericano de Doctrina Social de la Iglesia.

A NIVEL LATINOAMERICANO

¿QUÉ HACER?	¿COMO HACERLO?
Desarrollar banco de imágenes de los procesos de la VCG (fotografías).	Elaborar un archivo en la página de la VCG que sea accesible a los comunicadores, solicitando apoyo a los diversos departamentos del CELAM.
Producción de videos con las reseñas de las conferencias realizadas.	Con una productora de los países (Panamá, México, Honduras...) que elaboran programas de TV.
Presentar perfil de las fuentes de información para la VCG.	A través del CELAM y del Departamento de Pastoral Social.
Constituir un equipo que atenderá las necesidades de los comunicadores en la VCG.	Integrarlo con periodistas católicos de distintos países (algunos que hablen portugués además de español).
En el campo de la sensibilización, el elemento artístico, como el elemento comunicacional, deberían hacerse presente.	Concursos: • Himno. • Pintura (temas de actualidad latinoamericana). • Exposiciones. • Festivales culturales.
Posibilitar el marco referencial para la comunicación de la VCG.	• Convocando a los secretarios ejecutivos de los DECOS a una reunión continental donde se realice el lanzamiento publicitario del proyecto comunicacional de la VCG. • Posibilitando a las Conferencias Episcopales los materiales referenciales ya editados del proceso de comunicación de la VCG (programas, spots, viñetas, etc.). • Configurando un órgano de reflexión y manejo de crisis de comunicación social para la Conferencia, que sea el encargado de la asesoría a los Obispos. • Estableciendo un equipo de periodistas católicos para el manejo de crisis.
Plantear campaña de expectativa, formativa. Cápsulas	Enlistar los medios de comunicación de cada país y conocer las posibles horas de

informativas.	transmisión. Puede transmitirse vía satélite, Internet o teléfono.
Ampliar y profundizar el intercambio entre todos los países (medios católicos) del continente.	A través de reuniones convocadas por el CELAM, a nivel continental, no sólo por regiones.
Compartir las iniciativas que surgen en cada país.	Mediante una comunicación fluida (por Internet).
Continuar la reflexión en línea de "liberación", que es uno de los grandes aportes de la Iglesia Latinoamericana.	Estimulando y apoyando a los teólogos / as que seguramente tienen mucho positivo que aportar.
Entablar una relación de intercambio con medios seculares y católicos (información / documental).	A través de una red de medios (Internet), antes, durante y después de la VCG.
Intercambio de producción de programas cuyo contenido sea sobre la VCG (radio, TV...).	La vía sería las Conferencias Episcopales (departamentos de medios).
Proponer a los cardenales, obispos, sacerdotes y laicos (expertos) que escriban artículos que ilustren sobre la temática de la VCG (sensibilizar).	Su publicación que sea en medios eclesiales y seculares / comerciales se logrará a través de cada una de las comisiones episcopales de la región latinoamericana.
Facilitar la cobertura de los medios católicos y seculares durante la realización de la VCG.	• Adecuar un salón suficientemente espacioso donde se congrege a los periodistas para que sigan la reunión de los obispos a través de circuito cerrado. • Contratar a fotógrafos y camarógrafos profesionales para facilitar material gráfico a los medios.
Asegurarse que la <i>visión</i> que aquí estamos compartiendo coincide con la que se tiene en Roma y en el CELAM.	Que Mons. Baltazar Porras y su comisión episcopal la presenten en algunas de las reuniones de trabajo que se organicen en el marco del proceso de participación de la VCG.
Definir bien las políticas de comunicación que guiarán los trabajos de la VCG.	No darlo por supuesto y conceder a esta cuestión una atención prioritaria para evitar los que hemos llamado "fallas de origen" o "no hay señal".
Tener mecanismos alternativos en caso de que haya problemas logísticos en Aparecida.	Dando a las <i>personas</i> el primer lugar, por encima de la infraestructura tecnológica.
Hacer memoria de lo mejor de la tradición latinoamericana en el campo de la pastoral de la	Acudir a expertos que han acompañado este proceso a partir de Medellín y recopilando las reflexiones y las experiencias más significativas en este campo. Un principio clave es una

comunicación para “no comenzar de cero”.	Iglesia que – como Jesús – es buena noticia.
Promover y motivar la VCG a todos los niveles sociales de América Latina por medio de un centro multimedial regional – CELAM.	Partiendo siempre de la base social, de la realidad cotidiana y de la religiosidad popular de nuestros pueblos, crear un plan integral de comunicación social a nivel región y CELAM.
Dar a conocer las fortalezas y flaquezas de la Iglesia en América Latina.	Por medio de mecanismos de estudio y análisis, que den a la sociedad una visión actual del acontecer de la Iglesia.
Concientizarnos como Iglesia latinoamericana sobre los retos futuros.	Crear por medio de las tecnologías actuales organismos que fomenten la creación de proyectos que respondan a los retos futuros.
Encarnar y hacer vida los frutos de la VCG en la realidad cotidiana del pueblo latinoamericano.	Por medio de la obra misionera de la Iglesia.
Buscar que los frutos de la VCG hagan realidad los procesos de la nueva evangelización.	Usando las tecnologías modernas de comunicación, para la creación de materiales adecuados que sirvan como motivantes, incentivar los procesos de la nueva evangelización.



Encuentro Regional en Centroamérica, México, Panamá y algunos del Caribe para la Preparación Inmediata de la Cobertura de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe
Ciudad de México, 18 al 20 de septiembre de 2006

EVALUACIÓN

I. Metodología y proyección general del Encuentro

Aspecto	5	4	3	2	1
1. Las actividades del Encuentro favorecieron el logro de los objetivos	40 %	50 %			10 %
2. La duración del Encuentro fue apropiado	40 %	50 %			10 %
3. La distribución del tiempo fue adecuada	50 %	40 %			10 %
4. El nivel de trabajo en el Encuentro fue de calidad	60 %	40 %			
5. Al finalizar el Encuentro, ¿qué tan motivado está para asumir los compromisos propuestos en la misma?	50 %	50 %			

Comentarios: El alto porcentaje obtenido en cada uno de los ítems propuestos es una muestra del logro de todos los objetivos propuestos para el encuentro, especialmente en lo que se refiere a los aspectos organizativos.

II. Ponentes

Aspecto	P. David				
	5	4	3	2	1
1. Conocimientos adecuados del tema	90 %	10 %			
2. Presentó los conceptos con claridad	80 %	20 %			
3. Estimuló la participación	90 %	10 %			
4. Facilitó la discusión	80 %	20 %			
5. Escuchó con atención a los participantes	90 %	10 %			
6. Se mantuvo en los objetivos planteados	80 %	20 %			

Comentarios: a) Permitió tener una capacitación integral y compartida del trabajo de las distintas Conferencias Episcopales con miras a la VCG. b) La organización y desarrollo del taller se efectuó con mucho profesionalismo. Lo felicito. **Análisis:** Tanto los comentarios citados, como los altos porcentajes con que se evaluó la gestión del ponente, indican el dominio y la claridad de las exposiciones que motivaron el trabajo del grupo convocado.

III. Servicios

SERVICIOS	N°				
	5	4	3	2	1
1. Servicio de coordinación	60 %	30 %	10 %		
2. Servicio de secretaría	30 %	70 %			
3. Animación de la oración y la liturgia	40 %	40 %	20 %		
4. Alimentación	50 %	30 %	20 %		
5. Hospedaje	50 %	40 %		10 %	
6. El salón de trabajo	40 %	50 %			10 %

Comentarios: a) Conviene dar a la liturgia un lugar central y convertir la celebración eucarística en un verdadero encuentro personal con Jesucristo y la comunidad. b) El trato del personal es muy bueno. **Análisis:** Aunque en algunos ítems aparecen algunas calificaciones bajas (entre 20 % y 10 %), se ve que los participantes valoraron mayoritariamente bien los aspectos evaluados. Los servicios de coordinación y secretaria fueron calificados con valores altos; y los aspectos relativos a la casa donde se realizó el encuentro, tales como la alimentación, el hospedaje o habitaciones, y el salón de trabajo, fueron calificados como muy buenos o buenos, lo que indica que la selección de la sede fue realizada de manera atinada.

IV. Aspectos Generales

(5 = 33 %; 4 = 67 %)

- Siempre se pueden mejorar los contenidos y los objetivos de la reunión, pero creo que fue muy fructífera en general.
- El encuentro cumplió su cometido.
- Considero que el encuentro se desarrolló positivamente, aunque la ausencia temporal de algunos miembros limitó un mejor aprovechamiento.
- La VCG es un momento de gracia para Latinoamérica, era necesario un encuentro con la región para que unificáramos criterios y líneas de acción. El poder establecer las estrategias para la cobertura de la VCG nos permitirá tener una mejor utilización de los recursos con los que contamos.
- Fue muy útil contar con instrumentos de trabajo.
- Fue bueno, sin embargo, al coincidir la convocatoria del encuentro con un evento nacional, no permitió traer un trabajo previo. La convocatoria debió hacerse con más anticipación.
- Uno de los encuentros mejor logrado, en todo sentido.
- Cumplió los objetivos trazados. Se desarrolló con agilidad. No se perdió el tiempo. Se utilizó bien.

ENCUENTRO REGIONAL EN CENTROAMERICA, MEXICO, PANAMA Y ALGUNOS DEL CARIBE PARA PREPARACION INMEDIATA DE LA COBERTURA DE LA V CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE

Ciudad de México - México, 18 al 20 de septiembre de 2006

LISTA DE PARTICIPANTES

Nominación:	Pbro.
Nombre:	Glenm Gómez
Cargo:	Secretario Ejecutivo Comisión Episcopal de Comunicación
Dirección:	Apartado 7288 - 1000
Ciudad:	San José
País:	Costa Rica
Teléfono:	+ 506 - 221 0400
Fax:	+ 506 - 221 6662
E-mail:	padreglenm@hotmail.com

Nominación:	Pbro.
Nombre:	José María Solís Soto
Cargo:	Responsable Oficina de Prensa Diócesis de Alajuela
Dirección:	Curia Diocesana de Alajuela
Ciudad:	Alajuela
País:	Costa Rica
Teléfono:	+ 506 - 4336005
Fax:	
E-mail:	Alajuela1921@hotmail.com

Nominación:	Señora
Nombre:	María Elena Fajardo
Cargo:	Secretaría Ejecutiva Departamento de Comunicación Social
Dirección:	Radio Luz / 19 avenida 11 - 12 calle S.O. Col. Trejo, costado oeste Inst. San Vicente de Paúl
Ciudad:	San Pedro Sula
País:	Honduras
Teléfono:	+ 504 - 553 5375
Fax:	+ 504 - 552 9879
E-mail:	radioluz@globalnet.hn malenafajardo@hotmail.com

Nominación:	Pbro.
Nombre:	Francisco Paco Ortega
Cargo:	Secretario Ejecutivo Comisión Episcopal de Medios de Comunicación
Dirección:	Km. 15 calzada Roosevelt 4 - 53, Zona 3, Mixco
Ciudad:	Ciudad de Guatemala
País:	Guatemala
Teléfono:	+ 502 - 2431 2131
Fax:	+ 502 - 2433 1829
E-mail:	sanjulian@inteln.net.gt comseg@inteln.net.gt

Nominación:	Mons.
Nombre:	Gregorio Rosa Chávez
Cargo:	Obispo responsable de Comunicación
Dirección:	Calle San José y Avenida Las Américas, Urb. Isidro Menéndez, apartado postal 2253
Ciudad:	San Salvador
País:	El Salvador
Teléfono:	+ 503 - 226 0501
Fax:	+ 503 - 222 7024
E-mail:	gr2000@telesal.net

Nominación:	Pbro.
Nombre:	Rolando Álvarez
Cargo:	Secretaría Ejecutiva Departamento de Comunicación Social
Dirección:	Altamira D'este N° 621, de Cinsa Cerámica una cuadra al este
Ciudad:	Managua
País:	Nicaragua
Teléfono:	+ 505 - 278 0836
Fax:	+ 505 - 278 2544
E-mail:	radiocatonica@cable.net.com.ni

Nominación:	Señora
Nombre:	Marilú Esponda
Cargo:	Directora de Prensa
Dirección:	Prolongación Misterios 26, Colonia Tepeyac Insurgentes
Ciudad:	Ciudad de México
País:	México
Teléfono:	+ 52 - 55 - 3560 1249
Fax:	+ 52 - 55 - 5577 5401
E-mail:	mariluesponda@yahoo.com mesponda@cem.org.mx

Nominación:	Señora
Nombre:	Eunice Meneses
Cargo:	Secretaría Ejecutiva Departamento de Comunicación
Dirección:	Apartado Postal 0816 - 07611 zona 5
Ciudad:	Ciudad de Panamá
País:	Panamá
Teléfono:	+ 507 - 229 2124
Fax:	+ 507 - 261 0820
E-mail:	eunice108@hotmail.com Eunice@panoramacatolico.com

Nominación:	Pbro.
Nombre:	Omar Sotelo
Cargo:	Secretario Ejecutivo Departamento de Comunicación
Dirección:	Prolongación Misterios 26, Colonia Tepeyac Insurgentes
Ciudad:	Ciudad de México
País:	México
Teléfono:	+ 52 - 55 - 3560 1249
Fax:	+ 52 - 55 - 5577 5401
E-mail:	seriocecs@cem.org.mx

Nominación:	Señora
Nombre:	Betsaida Toulíer Ureña
Cargo:	Periodista
Dirección:	Apartado Postal 0816 - 07611 zona 5
Ciudad:	Ciudad de Panamá
País:	Panamá
Teléfono:	+ 507 - 229 2124
Fax:	+ 507 - 261 0820
E-mail:	btoulíer@panoramacatolico.com t_bet@hotmail.com

Nominación:	Presbítero
Nombre:	David Gutiérrez
Cargo:	Director Oficina de Prensa
Dirección:	Carrera 5ª. N° 118 - 31 Usaquén
Ciudad:	Bogotá
País:	Colombia
Teléfono:	+ 57 - 1 - 657.83.30
Fax:	+ 57 - 1 - 612.19.29
E-mail:	prensa_director@celam.org prensa_director@cable.net.co

RENDICION DE CUENTAS SOBRE DEPOSITOS

DEPARTAMENTO: Oficina de Prensa

NOMBRE Y NUMERO DEL PROGRAMA: Encuentro Regional Centroamérica, México, Panamá y algunos del Caribe para Preparación Inmediata de la Cobertura de la VCG Código N° 2306 - 06021109

NOMBRE DEL ENCUENTRO Encuentro Regional

LUGAR Y FECHA DE REALIZACIÓN: Ciudad de México, 18 al 20 de septiembre de 2006

NUMERO DE PARTICIPANTES: 12 participantes TIPO DE CAMBIO: 1 US \$ x 10,70 \$ mexicanos

CODIGO RECIBIDO	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	US\$ 6.000,00 US \$	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	\$ _____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	Otras mon. _____	_____	_____
Recibido de Tesorería (No. com. Pago: _____)	US\$ _____	_____	_____
TOTAL RECIBIDO	6.000,00 US \$	_____	_____

GASTOS	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
1) Pasajes + Impuestos (Cfr. lista)	613,32	_____	_____
2) Alojamiento y Alimentación	706,83	_____	_____
3) Otros Alimentación	_____	_____	_____
4) Honorarios profesores	300,00	_____	_____
5) Papelería y material	77,33	_____	_____
6) Comunicaciones, correo, fotocopias	277,44	_____	_____
7) Gastos de secretaría	150,00	_____	_____
8) Transporte terrestre	726,76	_____	_____
9) Recreación	_____	_____	_____
10) Tasas aeroportuarias	_____	_____	_____
11) Exceso de equipaje	_____	_____	_____
12) Varios	419,51	_____	_____
TOTAL EGRESOS	3.271,19 \$	_____	_____

	DOLARES	PESOS	OTRAS MONEDAS
SALDO A MI FAVOR.....	_____	_____	_____
SALDO A FAVOR DE TESORERIA.....	2.728,81 \$ \$	_____	_____

Fecha: 04 de octubre de 2006

Firma: _____

P. DAVID GUTIÉRREZ
Director Oficina de Prensa