

**HACIA UNA PASTORAL DE LAS COMUNICACIONES
COMO PROPAGACION DE LA FE**

CARLOS TIRADO MONRENO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA (UPB)
CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO (CELAM)
INSTITUTO TEOLÓGICO-PASTORAL PARA AMÉRICA LATINA (ITEPAL)
BOGOTÁ, D.C.
2012**

**HACIA UNA PASTORAL DE LAS COMUNICACIONES
COMO PROPAGACION DE LA FE**

CARLOS TIRADO MORENO

**Trabajo de grado para optar por el título de Licenciatura en Teología
Canónica en Pastoral**

Director

CARLOS ARTURO QUINTERO

Comunicador Social y Psicólogo ITEAL

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA (UPB)
CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO (CELAM)
INSTITUTO TEOLÓGICO-PASTORAL PARA AMÉRICA LATINA (ITEPAL)
BOGOTÁ, D.C.**

2012

Nota de aceptación

Firma

Nombre:

Presidente del jurado

Firma

Nombre

Jurado

Firma

Nombre

Jurado

Bogotá, D.C., 03 de Mayo de 2012

**Al Señor de la Misericordia por
sostenerme y enseñarme el Don del silencio
a través de la intercesión de la Santísima
Virgen María, Madre de Dios y Madre nuestra.
A mi familia.**

AGRADECIMIENTOS

A mis hermanas, cuñados y sobrinos, quienes he contando con ellos en momentos alegres y en momentos de pruebas.

A Carmenza Ochoa y Alonso Pineda que con su generosidad, Dios me permitió a través de ellos, obtener este título. Dios les recompense.

Al Pbro. Carlos Arturo Quintero por su orientación como Psicólogo, por ser ese amigo que da ánimos y que se convirtió en la voz de Dios en esta tesis. Cuanto hizo, que solo Dios podrá pagarle.

Al Pbro. Cesar Augusto Ramírez, Coordinador de Postgrados UPB, por creer en mí y en este proyecto. Fue un gran instrumento de Dios para lograr este objetivo.

A Nancy Sthella Sanabria, Secretaria Académica del Itepal, que con su sencillez, acogida y comprensión, me hizo sentir que ama la institución, permitiendo que su buen ejemplo y testimonio de vida la lleve a colocarse en la preocupación del otro.

Al Instituto Teológico-Pastoral para América Latina (ITEPAL) y a la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), que me han enriquecido y me han permitido formar parte de esta gran comunidad.

CONTENIDO

	Págs
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: IGLESIA Y COMUNICACIÓN: ALGUNOS MOMENTOS CLAVES PREVIOS AL VATICANO II	3
1.1. Aportes de los Concilios	3
1.2. Como se originó el libro y su historia: la paleografía	4
1.3. Escuelas de copiado	5
1.4. Martín Lutero y el protestantismo (1483 – 1543)	7
1.5. Instrumentos de comunicación social (1830 - 1959)	8
1.6. Las nuevas tecnologías	8
CAPÍTULO II: EL CONCILIO VATICANO II Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	9
2.1. Los medios de comunicación social al servicio de la evangelización	10
2.2. Decreto Inter Mirífica sobre los medios de comunicación social	11
2.3. Instrucción pastoral Communio et progressio	12
2.4. Exhortación apostolica Evangelii Nuntiandi	14
2.5. Encíclica Redemptoris Missio	15
2.6. Instrucción Pastoral Aetatis Novae	15
CAPÍTULO III: COMUNICACIÓN Y EVANGELIZACIÓN EN AMERICA LATINA	16
3.1. Los medios de comunicación a partir de 1960	16
3.2. Iglesia y comunicación en América Latina - Documentos	18
3.3. II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano – Medellín (Colombia), 1968	18
3.4. III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano - Puebla (México), 1979	20
3.5. IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano – Santo Domingo (Republica Dominicana), 1992	21
3.6. V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano – Aparecida (Brasil), 2007	23
3.7. Para que la evangelización encuentre un camino. Los cuadernos con caratulas religiosas.	23

CAPÍTULO IV: COLOMBIA, UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA LA EVANGELIZACIÓN	24
4.1. ¿Un cambio de época o una época de cambio?	25
4.2. Cultura popular	26
4.3. Cultura urbana	26
4.4. Religiosidad popular	28
CAPÍTULO V. HACIA UNA PASTORAL DE LAS COMUNICACIONES, COMO PROPAGACIÓN DE LA FE, A PARTIR DE CUADERNOS CON CARATULAS RELIGIOSAS	30
5.1. Como se desarrollaría la idea novedosa	31
5.2. Interlocutores del proyecto	32
5.3. Una propuesta de evangelización	32
CONCLUSIONES	34
BIBLIOGRAFIA	36

SIGLAS Y ABREVIATURAS

AN	Aetatis Novae
AG	Ad Gentes
CP	Communio et Progressio
DA	Documento de Aparecida
DM	Documento de Medellín
DP	Documento de Puebla
EN	Evangelii Nuntiandi
GS	<i>Gaudium et Spes</i>
IM	Inter Mirífica
LG	<i>Lumen Gentium</i>
NMI	<i>Novo millennio ineunte</i>
MCS	Medios de Comunicación Social
PDV	<i>Pastores Dabo Vobis</i>
RD	Redemptoris Missio
SD	Documento de Santo Domingo
TMA	<i>Tertio Millennio Adveniente</i>
FC	<i>Familiaris Consortio</i>

RESUMEN

¿Cómo motivar a las personas para que expresen y trasmitan su fe, inspirados en la dinámica testimonial de algunos santos: Jesús, Virgen María, Santos, Ángeles y acontecimientos de la historia de la salvación, a partir del diseño de unos cuadernos argollados con imágenes religiosas en un mundo que busca un contacto directo con Dios?

En el mercado encontramos cuadernos diseñados con personalidades de la farándula, modelos, cantantes, paisajes, ciudades, etc., que inspiran la identidad de las personas, acomodadas a las exigencias del mundo publicitario y consumista.

Como Cristianos Católicos estamos llamados a expresar y a prolongar nuestra fe, apoyando a la Iglesia en un perfeccionamiento de la creación, para lo cual es pertinente el uso de los medios de que nos ha provisto el creador. Los medios de comunicación hoy son agentes socializadores primarios junto con la familia, la escuela y los amigos, de esta manera unos cuadernos diseñados con gusto y creatividad podrán revelar la belleza misma de la creación manifestada en hombres y mujeres virtuosos y en acontecimientos salvíficos en los que podemos reconocer el paso de Dios a través de la historia. Es por esto que este proyecto busca diseñar cuadernos con carátulas religiosas, que con lleve a una mejor identificación cristiana, permitiendo creer, experimentar, comunicar y valorar el testimonio y la fe.

PALABRAS CLAVES: IGLESIA, EVANGELIZAR, EXPRESAR MI FE, COMUNIÓN, PROPAGACIÓN, FAMILIAS, JOVENES, NIÑOS, HISTORIA DE SALVACION, IMÁGENES, VALORES, ESPIRITUALIDAD, ORACION, COMUNICAR, TESTIMONIO DE VIDA, CATEQUESIS, SACRAMENTOS, IMITAR A: JESÚS, VIRGEN MARIA, LOS SANTOS, ANGELES.

INTRODUCCION

Teniendo presente la evolución del pensamiento de la Iglesia en el campo de la comunicación social con miras a la evangelización, es bueno rescatar algunos momentos claves en la historia de la Iglesia, y que han servido como motivación hacia una misión concreta del anuncio del Evangelio a través de los Medios de Comunicación Social. Es por ello que la preocupación fundamental de esta investigación es: ***“Hacia una pastoral de las comunicaciones, como propagación de la fe”*** incluso con el aporte de caratulas religiosas, que retomando el pensamiento de la Sociedad de las Hijas de San Pablo han permitido iniciar con este proyecto pastoral: “Conscientes de nuestra misión profética y de nuestra responsabilidad histórica, nos ponemos al servicio de la palabra con la solicitud pastoral y sus horizontes universales para comunicar el misterio de Cristo a todos los hombres con los instrumentos de la Comunicación Social” (Sociedad de San Pablo, 1984, N° 12).

A través del pensamiento Paulino, bien valdría la pena preguntarse *¿Cómo motivar a las personas para que expresen y transmitan su fe, inspirados en la dinámica testimonial de algunos Santos y acontecimientos de la historia de la salvación, a partir del diseño de unos cuadernos argollados con imágenes religiosas en un mundo que busca un contacto directo con Dios?*. En el mercado se encuentran cuadernos diseñados con personalidades de la farándula, modelos, cantantes, paisajes, ciudades, etc., que inspiran la identidad de las personas, acomodadas a las exigencias del mundo publicitario y consumista. Asimismo es normal encontrar un sinnúmero de productos infantiles que atraen la atención de los niños y que no siempre se orientan al cultivo de los valores.

Como Cristianos Católicos, se está llamado a expresar y a prolongar nuestra fe, apoyando a la Iglesia en un perfeccionamiento de la creación, para lo cual es pertinente el uso de los medios de que ha provisto el creador. Los medios de comunicación hoy son agentes socializadores primarios junto con la familia, la escuela y los amigos, de esta manera unos cuadernos diseñados con gusto y creatividad podrá revelar la belleza misma de la creación manifestada en hombres y mujeres virtuosos y en acontecimientos salvíficos en los que se puede reconocer el paso de Dios a través de la historia.

Como resultado final, esta investigación busca diseñar cuadernos con carátulas religiosas, que con lleve a una mejor identificación cristiana, permitiendo creer, experimentar, comunicar y valorar el testimonio y la fe. Lo que fortalecería una pastoral de las comunicaciones.

Este texto se ha desarrollado con cuatro capítulos, en el que se muestra un recorrido histórico de la Iglesia, desde los inicios de una Pastoral de la Comunicación:

1. En un primer momento se abordará la problemática de la Iglesia y Comunicación. Algunos momentos claves Antes al Vaticano II. Este capítulo prácticamente parte de la época de Gutemberg que marcó el inicio de la técnica, con fuertes cambios en la cultura y nuevas formas de comunicar.
2. En un segundo momento se abordará la temática de El Concilio Vaticano II y los Medios de Comunicación Social. Se ve la apertura del pensamiento de la Iglesia sobre el tema a través de los principales documentos al respecto; la Iglesia poco a poco se hace más consciente de la necesidad de entablar el diálogo con la Nueva Cultura y para esto habla de una inculturación del evangelio..
3. En un tercer segmento se planteará la Comunicación y evangelización en América Latina. A través de sus documentos principales: Medellín, Puebla, Santo Domingo y Aparecida. Redescubrir una Iglesia en búsqueda, en creatividad, en reflexión para dar una mejor respuesta inculturada al hombre de hoy desde y con el mundo de la comunicación.
4. Finalmente se abordará el tema conclusivo y aporte fundamental de esta investigación como es el de Colombia un proyecto de comunicación para la evangelización. A partir de la descripción de nuestra cultura popular, de su religiosidad, de sus desviaciones, surge el proyecto de los cuadernos con caratulas religiosas para la Evangelización como respuesta al anuncio del Misterio de Cristo a todo el hombre a través de los medios de comunicación social, en un contexto concreto.

1. IGLESIA Y COMUNICACIÓN: ALGUNOS MOMENTOS CLAVES PREVIOS AL VATICANO II

Acercarse a la manera como la Iglesia ha promovido la comunicación entre los pueblos a manera de agente dinamizador de cultura y comunión, se vuelve un asunto relevante en una época como la nuestra en la que la comunicación y sus nuevas y novedosas propuestas impactan grandemente el pensamiento de los pueblos.

Estás paginas pretenden ser un motivo de esperanza para que la pastoral de las comunicaciones en la Iglesia crezca cada vez más y promocióne nuevos estilos de vida y de comunicación entre todos, construyendo así un contexto de relaciones y comunión. Si el propósito fundamental es desde la pastoral de las comunicaciones en la Iglesia proponer algunos cuadernos religiosos que permitan ser insumos en la evangelización, entonces acerquémonos al pensamiento de los Concilios y a la historia misma.

Se hará referencia al modo como previo al Vaticano II, se contextualiza el uso de los medios de comunicación desde el aporte de algunos concilios y algunas prácticas.

1.1. Aportes de los Concilios

Los Concilios hacen su aporte en las siguientes normas, teniendo presente un nuevo estilo de imágenes como medio de comunicación:

1. **Concilio de Elvira (Doc.n.3-303 c.): N° 36.** Se decidió que en la Iglesia, no se tengan pinturas, por esto no se haga en las paredes ninguna figura de lo que es objeto de culto y adoración.
2. **Concilio de la Odicea (Doc.n.6-370): N° 51.** Se trasciende el concepto restrictivo de iconografía como una mera colección de imágenes y alcanzar su otra esencia, más ambiciosa: descripción y explicación de todo género de imágenes; estudio del material gráfico ilustrativo sobre algún asunto.

3. **Concilio de Cartagine (Doc.n.14-398): N° 16.** Por autorización del Obispo, se prohíben que lean libros paganos; aquellos serían herejes. Lean solamente lo necesario.

4. **Concilio Lateranense (Doc.n.36-5-31 oct.649): N° 53.** El Santo y Universal Sínodo, ha dispuesto que ninguno sea lícito en exponer, escribir o componer otra fe, pensar o enseñar diversamente; éstos serán tratados como anatemas.

1.2. Como se originó el libro y su historia: La Paleografía

La Paleografía nace como inspiración en una de las muchas controversias que hubo en aquel tiempo llamada “guerras diplomáticas” entre los monjes benedictinos de San Mauro y los Jesuítas.

“Los griegos han llamado a los escritos por una sola cara: “monofaciales” y cuando eran escritas por las dos caras la llamaban: “opistográficas” (Montero, 1979,11). Estas tabletas eran de gran ayuda para tomar apuntes corrientes de la vida, algunas cuentas, correspondencia, ejercicios escolares, discursos e instrumentos notariales, como testamentos.

El papiro permite comprender completamente la paleografía y no hay una fecha exacta con precisión cuando fue inventado el papiro. “Su descubrimiento en el siglo VII a.d.C., y es introducido en Grecia en tiempos de Alejandro Magno. “La fabricación de este papiro en Egipto, brota de un tallo que es una especie como de junco, que se producía en el Nilo, Abiamia y Liria” (Ibid, 6) en los primeros siglos de la Edad Media, hacia el siglo X.

Los papiros sirvieron para la transcripción de documentos, pero también se emplearon para “copiar obras literarias, como Sermones de San Agustín y algunos escritos de favores en España de los Papas Juan XVIII y Benedicto VII” (Montero, 1979,11).

Luego el pergamino aparece como sucesor del papiro, el cual se extrae de las pieles de carnero, cabra o ternera, convirtiéndose en un pellejo fino y rápido para trabajar. A partir del

siglo XIII aparece “la signatura que consistía en numerar las páginas de estos cuadernos con una letra seguida con un numero romano y la paginación a partir del siglo XV. Se trató de colocar “sello en el pergamino”, pero a la final se rompía y por lo que era pesado.

Más tarde surge el papel. “El papel es conocido por los chinos y fabricado con materias vegetales hiladas” (Ibid, 17). Cien años más tarde su manufactura llega a España y después a toda Europa. Se da inicio en España el uso del papel en el siglo XIII, para componer los primeros documentos que contenían filigranas o marca de la fábrica del papel, también “sobresalieron figuras geométricas, de animales, flores, frutas, escudos, entre otros” (Montero, 1979,20).

Y continuando con el recorrido histórico aparece la tinta negra, que se remonta a los chinos quienes fueron los primeros que la utilizaron y la inventaron para la escritura. Después de la edad media “descubren la tinta roja que servía para títulos o escritura de iniciales; y de igual forma la tinta de color azul y verde para motivos ornamentales (Montero, 1979,20).En el siglo III el oro y la plata también se utilizaba, permitiendo primero que colocaran una capa de color purpura encima del papel para que fuese más visible.

La imprenta de Gutenberg provocó una verdadera revolución en la cultura. A principios del siglo XX la escritura impresa ya era el medio predominante en Occidente para la difusión del saber y el conocimiento mismo.

1.3. Escuelas de copiado

Los primeros impresores occidentales tomaron iniciativa con las prensas mecánicas de madera. Luego ellos mismos utilizaron estas prensas o tipos móviles que las mantenían unidas con barro o con varillas a través de los tipos. La primera fundición de tipos móviles de metal se realizó en Europa hacia mediados del siglo XV; se imprimía sobre papel con una prensa.

Hacia fines del siglo XIX los equipos se perfeccionaron, dándole entrada a la fotografía, que vino desarrollándose en los procesos de fotomecánica, que consistía en la técnica para

obtener transparencias negativas o positivas de dibujos dando origen a la evolución de nuevas tecnologías.

El primer alfabeto fue inventado por los fenicios en el año 1.300 a.C., permitiendo que las letras se logaran unir formando toda clase de palabras. Así, los escribas (escribientes) eran personas profesionales que dedicaban a escribir en forma de dictado y los protegían con una tela que contenía una etiqueta con el nombre del autor. Alejandría y Roma eran los centros de producción de libros. Ya en los comienzos de la edad media en Europa, eran los monjes quienes se dedicaban a la escritura de textos.

Más adelante por la política cultural de los Reyes Católicos, “aparecerían otros muchos libros” como la primera gramática española, la Gramática Castellana del humanista, entre otros.

Cuando la imprenta llegó a América, en 1543, la edición de libros se multiplicó rápidamente. Más tarde con la producción fotográfica de las imágenes se tuvo mejor acceso a los libros por parte del ciudadano común, dejando de ser un asunto únicamente de adinerados e intelectuales.

La Iglesia viendo la multiplicación de estos libros, decide dar algunas instrucciones en el año 1.487 cuando el Papa Pio XI exhorta en la “Encíclica Inter Múltiples” pidiendo que cualquier libro ha de someterse a censura previa a perpetuidad. En 1.515 los que publican sin censura previa se ven “sometidos a: excomunión, quema de libros, multas y suspensiones a la imprenta” (Fernandez, On line). En 1520 el Papa León X lanza contra Lutero la bula “Exurge Domine” para condenarle y junto a ella crea los índices de libros prohibidos.

En Colombia por ejemplo para la evangelización de los indígenas, en la parte litúrgica asumieron lo que más facilitaba el aprendizaje para los aborígenes: "el canto, los instrumentos musicales: órgano, fagotes, arpa, viguelas, discantes, rabeles, flauta-, clarín y otros instrumentos musicales". (Pacheco, 1959, 330)

1.4. Martín Lutero y el protestantismo (1483-1546)

En 1517 Martín Lutero envía una carta al Arzobispo de Magonza y Magdeburgo, para protestar contra la predicación de las indulgencias, ésta contenía 95 tesis que la Iglesia no dio a conocer al público; sin embargo por la prensa, en pocas semanas fueron de dominio de toda la población, provocando fuertes discusiones y polémicas, con este hecho Lutero inició un paulatino alejamiento de la Iglesia que terminó con la reforma.

En 1522, inició la traducción de la Biblia en alemán, la primera edición salió en 1534; así declaró Lutero una fuerte lucha a la Iglesia:

"Lutero de otra parte declaró una guerra a todo aquello que pareció invención eclesiástica en "este mercado que hoy nos gobierna", por esto suprime los sacramentos que no son claramente mencionados en las escrituras y critica sobre todo las formulaciones dogmáticas de los concilios, "Debemos ser de coraje"- afirma - "no debemos dejar que el espíritu de libertad venga sometido a la fuga por las vanas palabras de un Papa" (Pacheco, 1959, 330)

Esta separación de Lutero, provocó un despertar en la Iglesia y determinó en cierta forma la convocación del concilio de Trento que fue una puerta abierta a la época moderna.

Solo 30 años después del catecismo de Lutero, por insistencia de San Ignacio de Loyola y con el apoyo de la Compañía de Jesús; en 1559 salió el catecismo católico de Pietro Canisio, capaz de estar en competencia con el de Lutero.

Pío V, afirmó que los herejes habían hecho más daño a la Iglesia Católica con la prensa de sus libros que en otros modos, pero esto no sirvió de mucho; la Iglesia en Roma durante este tiempo se preocupó de conservar las tradiciones latinas. Con la prensa se abrió el camino al individualismo, a la universalidad, a la libertad de pensamiento, a la democracia.

1.5. Instrumentos de comunicación social (1830-1959)

El 8 de septiembre de 1.957, se publica la encíclica "MIRANDA PRORSUS" de Pío XII sobre la CINEMATOGRAFÍA, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN.

No cabe duda que esta encíclica reúne en sí muchos aspectos con respecto a cada uno de estos medios. En ella convergen diversas tomas de posición por ejemplo de frente a la radio, lo presenta como un medio con grandes posibilidades de ser utilizado eficazmente en la labor apostólica por su enorme capacidad de llegar al radioescucha.

En cuanto a la televisión, la encíclica reconoce la capacidad de la televisión de unir la familia, pero igualmente los atentados que puede sufrir esta, si quienes preparan los programas no tienen presentes las virtudes que le son propias; de igual modo hace un llamado a los responsables del medio televisivo para tomar medidas preventivas frente a las programaciones destinadas a los adultos que puedan ser vistas por los jóvenes y los niños causando un mal irreparable.

Invita a los religiosos a los sacerdotes a asumir el nuevo medio y a formar en los fieles una conciencia recta para que este medio no contribuya a la difusión del error y del mal.

1.6. Las nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías en el mundo se centralizan en los conocimientos de comunicación, que se pueden agrupar en áreas como la informática, el vídeo y la telecomunicación.

Más tarde aparece la internet como una posibilidad de estar conectados vía on line con todo el mundo, el disco compacto para almacenamiento de información, y que decir con la USB, las pantallas digitales y la misma telefonía de avanzada, entre otros.

Los dos grandes desarrollos en el campo de la comunicación son los satélites y el cable de fibra óptica.

Los cables ópticos sustituyen a los metálicos que transmitían señales eléctricas. Transmiten impulsos luminosos, aumenta la cantidad de información por transmitir y disminuyen las pérdidas.

Las nuevas tecnologías se refieren a los desarrollos tecnológicos recientes. El resultado del contacto de las personas con estos nuevos avances es el de expandir la capacidad de crear, compartir y dominar el conocimiento.

Las nuevas tecnologías poseen características que las convierten en herramientas poderosas a utilizar en el proceso de evangelización hoy día en todo lo que compete a la Iglesia: inmaterialidad, interactividad, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, instantaneidad, digitalización, interconexión, diversidad e innovación.

Asociada a las nuevas tecnologías está la aparición de nuevos códigos y lenguajes, que permiten nuevas realidades expresivas, como es el caso de los multimedia. Este lenguaje repercutirá directamente en la necesidad de adquirir nuevos dominios alfabéticos, que vayan más allá de la formación en las capacidades lectoescritoras, potenciando la alfabetización en el lenguaje informático y multimedias. Esto permite que el Evangelio siga llegando cada día más a cualquier lugar del mundo, facilitando el aprendizaje y formas nuevas de transmitirlos.

2. EL CONCILIO VATICANO II Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El Concilio Vaticano II constituye un paso de grandes dimensiones dado por la Iglesia; a nivel interior fue un cambio radical en su historia, sobre todo en el campo pastoral y a nivel exterior fue un recuperar su lugar entre los hombres, para plantear nuevas posiciones tanto doctrinales como prácticas en el anuncio del evangelio y en la tarea que le compete ante los procesos históricos que la sociedad va experimentando.

El considerable avance de las ciencias, la técnica y los medios de comunicación social, han colaborado en gran medida al conocimiento de los hechos y a difundir con rapidez y

expansión máximas los modos diversos de pensar y sentir de las personas, los grupos, las naciones y el mundo.

Este nuevo mundo en constante y veloz cambio, motiva a la Iglesia para dar a conocer su pensamiento sobre las diversas materias que hacen parte de la vida tanto espiritual como material de los hombres y el Concilio Vaticano II abre nuevas perspectivas a la vida de la Iglesia, al modo de anunciar el evangelio y al rol que le compete al mundo de los medios de la comunicación social en la cultura de hoy.

2.1. Los medios de Comunicación Social al servicio de la evangelización

El tema que interesa sobre la evolución del pensamiento de los Medios de Comunicación Social en la Iglesia y los desafíos de estos para su misión evangelizadora en la cultura de hoy, es presentado desde diferentes ángulos de acuerdo al argumento que es tratado en los respectivos documentos o declaraciones dadas por el Concilio.

La visión del mundo actual que presenta la *Gaudium et Spes*, le da gran importancia a los instrumentos técnicos que permiten al hombre contemporáneo multiplicar las relaciones con el resto de la humanidad e intercambiar las ideas de modo que le permitan cultivar de esta manera un mayor sentido de responsabilidad frente a la realidad de sí mismo como de los varios grupos sociales a que pertenece (GS N°31).

Desde otro punto de vista se puede decir que la Iglesia promueve y propone considerar seriamente dentro del plan de evangelización el aporte que los medios pueden brindar; y como muestra de un buen ejemplo, cuadernos con caratulas religiosas.

Es importante resaltar el "Ad Gentes": sobre la actividad misionera de la Iglesia, ésta, da una contribución explícita al proponer que en los estudios misionológicos básicos para el conocimiento de un pueblo y su cultura, se intensifiquen aquellos aspectos que permiten un perfeccionamiento incluso técnico de los instrumentos de la comunicación social (AG N°26).

2.2. Decreto Inter Mirífica sobre los Medios de Comunicación Social

El 4 de diciembre de 1.963, como conclusión de la 2^{da} sección del Concilio Vaticano II, el Papa Pablo VI y los padres conciliares, aprueban el decreto sobre los instrumentos de la comunicación social como el cine, la radio, la prensa, la televisión y otros medios similares IM; ha sido considerado como el documento más humilde, gestado prematuramente y nacido con el voto más difícil de todo el concilio, sin embargo éste ha dado base a importantes desarrollos posconciliares¹.

En el decreto se encuentra una Iglesia acogedora y estimulante de frente a estos inventos de la técnica que pueden ayudar en gran medida al desarrollo del Espíritu humano, además de presentar nuevas formas para comunicar noticias, ideas, y. doctrinas al hombre, sea individualmente o en grupo social del que hace parte.

Lo más importante es encontrar una Iglesia consciente frente al gran desafío de los medios de comunicación, una conciencia que mueve a ver en estos instrumentos la posibilidad de adecuarlos a la Propagación y consolidación del Reino de Dios no que sean sólo instrumentos de descanso, reposo o para hacer daño; así se ve en ellos la posibilidad de una utilización en el campo "Apostólico", para la misión de la Iglesia viéndolos no como simple subsidios, sino como parte integrante de la predicación, con los cuales la Iglesia reafirma su misión de comunicadora de la verdad revelada, como ya lo expresaba el decreto Inter Mirífica.

A este respecto, el decreto da orientaciones precisas, como una motivación importante dirigida a los laicos que hacen uso de los medios para que estén siempre dispuestos a presentar una colaboración inmediata. Otro paso de suma importancia dado por la IM, es el rescatar el significado de Comunicación que va más allá de los mismos medios y se hace una innovación en la terminología, utilizando la palabra "instrumentos" en lugar de "medios".

¹ DOCUMENTOS DEL VATICANO II, *"Decreto sobre los Medios de Comunicación Social"*, IV edición, Roma, Ed. BAC, 1968, 559.

En cuanto a los aspectos formativos del documento se deben especificar los varios grupos hacia los que se dirige la educación:

Un primer grupo son los destinatarios de los mensajes sin distinción, especialmente los jóvenes, necesaria una formación preventiva y crítica, se sugiere a los padres de familia, a los profesores y especialistas a ayudar a formar en la juventud un juicio recto frente a las difusiones recibidas.

Un segundo grupo lo integran quienes crean, preparan y difunden los mensajes: periodistas, guionistas, profesionales de radio y televisión, empresarios. La formación de estos según el decreto debe ser de orden doctrinal, social y moral, deben ser capacitados con un espíritu cristiano (IM N°II-15).

Un tercer grupo lo forman aquellos que debían recibir una formación especializada para el manejo y utilización de los medios dentro de una labor eclesial: los sacerdotes, religiosos y laicos, siempre con el fin de crear contenidos en concordancia con los criterios cristianos y la doctrina social de la Iglesia.

2.3. Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*

La Instrucción Pastoral **Communio et Progressio**, es uno de los mejores documentos hechos después del Concilio Vaticano II, ésta se publicó 18 de mayo de 1971.

Una característica sociológica de los medios de comunicación social, según la cual estos influyen en el aspecto relacional del hombre en las diferentes culturas y clases sociales y por otra parte, incrementar al máximo la comunicación entre los hombres y de estos con Dios.

Otro valor grande de la instrucción es que fue recibida y aceptada con una crítica positiva por la prensa laica y con justa razón se le llama la "Carta Magna" católica de los MCS.

Al destacar que es un documento netamente pastoral, en él la Iglesia acepta con firme convicción el hecho de anunciar el mensaje de la salvación, mediante una presentación atrayente y actual a través de los instrumentos técnicos, adaptándose a un lenguaje y a un estilo moderno, declarando así que estos representan un mundo de imágenes, lenguajes, sonidos que caracterizan el mundo actual y que no se identifica con el modo de hablar desde un púlpito, pues son modos diversos.

En América Latina, han sido la base para varios intentos de inculturación del anuncio del evangelio a través de los medios de comunicación como por ejemplo la comunicación popular grupal, las radios populares, las comunidades eclesiales de base, intentos que ya se habían iniciado a partir del Vaticano II.

Se encuentran algunos elementos doctrinales dogmáticos:

- En (CP N°8), anuncia el principio doctrinal específico: Comunicación-Comunión, teniendo como modelo la comunicación comunión TRINITARIA centrándonos así, en el corazón de nuestro ser de cristianos, el amor de las tres divinas personas; en palabras de Rupnik (1994), la comunicación-comunión en la diversidad, el amor como principio de la comunión-comunicación entre los hombres y de éstos con Dios, único principio unificador y misión de este amplio mundo de las comunicaciones en las diferentes culturas.
- Sólo a través de la encarnación, hemos conocido al Padre, y su gran amor por nosotros, solo a través de la encarnación existimos como Iglesia, y sólo a través de esta tenemos al modelo perfecto de comunicación "Cristo".
- En (CP, No. II): "Jesucristo el modelo del Comunicador Perfecto", encarnándose, asume la naturaleza humana para hacerse mensaje. De hecho la comunicación es plena, cuando hay una donación de sí mismo en el amor y esto se da a través del

Espíritu Santo principio de comunión y de unidad en el cuerpo místico de Cristo la "Iglesia".

2.4. Exhortación Apostólica Evangelii Nuntiandi

El 8 de diciembre de 1.975, al cumplirse el décimo aniversario de la clausura del Concilio Vaticano II, la EN viene propuesta por Pablo VI, clarificando el concepto de evangelización, su complejidad y riqueza la define en términos del anuncio de Cristo a quienes no lo conocen (EN N°17); pero también cómo llevar la buena nueva en todos los extractos de la humanidad para transformarla desde dentro.

Así el objetivo de la evangelización incluye penetrar en la conciencia personal y colectiva de los hombres para transformar desde dentro, para llevar a la conversión de estos, entrar al ambiente en el que se mueven cotidianamente, ir al encuentro de sus actividades para hacer nueva la humanidad misma (EN N°18).

Los medios de comunicación y su utilización para la evangelización en la exhortación apostólica de Pablo VI son presentados como un deber de conciencia, para llegar a las multitudes y a la vez a la conciencia de cada hombre, consciente y libre, responsable de acuerdo a su dignidad y misión como hijo de Dios y miembro de la Iglesia:

“La Iglesia se sentiría culpable frente a su Señor si no utilizara estos potentes medios, que la inteligencia humana hace cada día más perfectos; sirviéndose de ellos la iglesia "predica sobre los tejados" el mensaje del cual es depositaria; en ellos ella encuentra una versión moderna del púlpito. Gracias a ellos ella alcanza a hablar a las multitudes” (EN, N°45).

La EN confirma el rol imprescindible de los instrumentos de la comunicación social en la acción evangelizadora y que estos medios necesarios resulten eficaces en el anuncio de la Buena Nueva con la certeza de que es el Espíritu Santo el inspirador y el que hace crecer.

2.5. Enciclica "Redemptoris Missio"

La Iglesia ha ido tomando mayor conciencia del grande fenómeno de los medios de comunicación y en cada documento especifica la necesidad de penetrar en este mundo desde varios ángulos. Sin embargo un paso decisivo lo da Juan Pablo II en la RM, cuando habla de la cultura global:

El compromiso con los MCS, no tiene solo el fin de multiplicar el anuncio: se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte del influjo de estos (...), es necesario integrar el mensaje mismo desde esta "nueva cultura" creada de la comunicación moderna. Es un problema complejo porque esta cultura antes que de los contenidos, nace del hecho mismo que existen nuevos modos de comunicar, con nuevos lenguajes, nuevas técnicas y nuevas actitudes psicológicas (RM, No.37c).

El Papa Juan Pablo hace algunas afirmaciones importantes en su Enciclica Redemptoris Missio cuando plantea que los Medios de comunicación hoy son los principales instrumentos para formar, educar y guiar. El compromiso con los medios de comunicación no tiene sólo el fin de anunciar el evangelio, se trata de una realidad más compleja y profunda, se trata de integrar el mensaje en esta "NUEVA CULTURA" creada de la comunicación moderna; se debe no obstante, la diversidad de culturas unificar en Cristo todas las cosas y para esto debemos conocer a fondo esta nueva cultura, sus valores y desvalores, sus tendencias, miedos y soledades, su modo de sentir, amar y anunciar a Dios.

2.6. Instrucción Pastoral "Aetatis Novae"

El 22 de febrero de 1992, sale la Instrucción Pastoral AN, para celebrar el vigésimo aniversario de la CP, reconfirmando lo que dice la RM, esta instrucción aplica a la actividad pastoral de la Iglesia el hecho de que la comunicación es una "Nueva Cultura" y urge a una praxis en el campo de la misión de la Iglesia:

El trabajo de los medios de comunicación católicos no son sólo una actividad suplementaria y añadida a las demás de la Iglesia: ciertamente las comunicaciones sociales tienen que jugar un papel en todos los aspectos de la misión de la Iglesia. Por ello no hay que contentarse con tener un plan pastoral de comunicaciones, sino que es preciso que las comunicaciones formen parte integrante de todo plan pastoral ya que ellas tienen una contribución que dar a todo apostolado, ministerio o programa (AN, No.17).

Con la llegada de una nueva era, las revoluciones tecnológicas representan solo un aspecto del fenómeno, sin embargo los medios de comunicación con las nuevas tecnologías se expanden velozmente influyendo profundamente en las diferentes culturas, su impacto se hace sentir en todos los ámbitos: a nivel individual, familiar, social, religioso, político creando una "Revolución"; la Iglesia en una actitud de confianza en su Señor, reflexiona en concreto sobre las consecuencias pastorales de esta nueva situación (AN No.1).

Otra tarea de las comunicaciones es el "Diálogo", éste implica que la Iglesia se esfuerce por comprender los medios de comunicación, sus estructuras, modalidades y objetivos pero que a la vez sostenga y anime a quienes trabajan en este campo, para romper así con algunos obstáculos que impiden el progreso humano y el anuncio del evangelio (AN No.8), donde es necesario y preciso la planificación de la Pastoral de medios de comunicación; desarrollar y promover los medios de comunicación con que cuentan las Iglesias locales, pero en una forma explícita de los comunicadores cristianos, los agentes de pastoral y los sacerdotes, con una invitación muy precisa y es la de integrarse con el único que puede dar un verdadero sentido a la vida y ese es Cristo maestro.

3. COMUNICACIÓN Y EVANGELIZACIÓN EN AMÉRICA LATINA

3.1. Los Medios de Comunicación a partir del 1960

América Latina es uno de los continentes que ha dado pasos más decisivos en los esfuerzos por evangelizar a través de los medios de comunicación social, buscando que esta sea la más inculturada posible.

A partir de la década del 60, el continente latinoamericano se caracteriza por un acelerado proceso de cambio en todos los órdenes: social, político, cultural, económico y eclesial siguiendo el modelo norteamericano que a su vez concentra todo en las palabras "capital-desarrollo".

A esto contribuyen notablemente los medios de Comunicación Social que se han ido expandiendo en forma acelerada y desequilibrada dentro de la población:

1. En el campo de la prensa, han habido numerosas editoriales, así como periódicos de influjo continental, que representaban el buen nivel adquirido con este medio.

En América Latina, los países que cuentan con mayor número de diarios en circulación por cada mil habitantes son: Argentina (150), Uruguay (141), Chile (136), Trinidad y Tobago (118), Puerto Rico (100) y México (100), el resto de los países cuenta, con un número inferior. Además de los 850 diarios del continente, la Iglesia católica es propietaria de 8, de los cuales 4 se publican en Venezuela. (CELAM, 1986, 69).

2. Por su parte en el campo cinematográfico las iniciativas eclesiales fueron notables, apuntando sobre todo a orientar al destinatario, por lo que nacieron obras de gran alcance donde la preocupación principal era promocionar entre el público obras de calidad y contenido.

En la actualidad sólo tres países de los treinta que conforman América Latina y el Caribe, producen el 90 por ciento del total de los filmes realizados anualmente.

3. El campo radial ha sido uno de los instrumentos más aprovechados para la promoción humana y la catequesis.. Surgen numerosas emisoras entre las cuales la de Sutatenza en Colombia. Monseñor José Joaquín Salcedo puso en funcionamiento, en Sutatenza, desde

1947, una novedosa forma de evangelización con el establecimiento del programa de Educación Fundamental Integral del Pueblo Campesino a través de las Escuelas Radiofónicas. Se trató de una visión evangélica que incluía a todas las personas y grupos sociales, convocados alrededor de la Fe, la Esperanza y la Caridad. Los fundamentos teológicos de la Educación Fundamental, quedaron tallados en piedra en el monumento a San Isidro Agricultor en Sutatenza y se construyen alrededor de la práctica de los siguientes valores: Responsabilidad, libertad, dignidad, justicia, desarrollo, cultura y solidaridad (CELAM, 2008, 145).

Se da inicio a las escuelas radiofónicas para la educación integral básica, que integró los aspectos de la vida diaria con la religión. Surgieron además con la emisora, el periódico "el campesino" y un instituto de preparación de líderes campesinos, para mejorar el nivel de vida de éstos en el campo de salud, educación, cultivo de la tierra. Este modelo se extendió rápidamente a otras naciones del continente. En 1984 América Latina contaba con gran cantidad de estaciones AM aproximadamente, de las cuales, un alto porcentaje estaba en manos privadas; la Iglesia contaba con algunas estaciones que representaban un mínimo por ciento y el resto pertenecía al estado o a instituciones culturales.

4. Con la llegada de la Televisión, los cambios fueron veloces, rápidos y revolucionarios en el campo social, político, cultural y económico, colocando en crisis los medios tradicionales.

En cuanto a la programación, los estudios realizados muestran que los programas de entretenimiento: series de televisión, enlatados, shows, concursos, películas, telenovelas y los anuncios comerciales son los vencedores; por el contrario los espacios culturales y educativos son escasos.

3.2. Iglesia y comunicación en América Latina – Documentos

En este contexto, nacen varios documentos eclesiales que intentan ser una respuesta a la problemática, en estos es marcada la influencia del decreto IM, del Concilio Vaticano II.

1. Primer seminario de responsables de Medios de Comunicación Social (Spoletini, 1985)
En 5 capítulos, presenta una pequeña "summa" de la comunicación. Destaca dos aspectos, primero el de la figura del comunicador, como quien se identifica y sirve a su propio pueblo; en este aspecto, presenta líneas concretas para una buena formación.

2. Seminarios regionales (Montevideo-Uruguay, Lima-Perú, San José-Costa Rica, 1.968):
Estos se dan en los momentos de preparación para la segunda conferencia general del Episcopado Latinoamericano (Medellín), dando pautas positivas sobre el tema de los medios, los cuales son considerados aptos para promover el cambio social, pero para esto se requiere no sólo la formación del comunicador sino de receptor.

3.3. II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano - Medellín (Colombia), 1.968

Al tema de la Comunicación Social, el Documento de Medellín dedica 24 artículos, en los que se reconoce la importancia de la contribución que pueden brindar los medios de comunicación ya que se ve cómo el continente es manejado por algunos grupos de poder que dominan en los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos.

La buena utilización de los medios ayudaría a sensibilizar la opinión pública en el proceso de cambio y ve la urgencia de servirse de ellos para la evangelización con una pastoral dinámica; pero a la vez es consciente de sus límites. Especialmente los jóvenes (DM, No.15), dice el documento, que puede ser incluida en las fases básicas de la educación y en la catequesis, ayudándolos a desarrollar el sentido crítico y la capacidad de tomar con responsabilidad sus propias decisiones.

Es importante en el documento, la inserción de los laicos en el mundo de las comunicaciones sociales; pero en vista del escaso personal habilitado para trabajar en los medios, se propone la formación que tenga conocimientos teológicos, sociológicos y antropológicos necesarios en la realidad del continente.

Otro grupo considerado por "Medellín" para la formación son los Ministros de la Palabra y educadores del pueblo de Dios, como: obispos, sacerdotes, religiosos y religiosas que desarrollan una labor apostólica en este campo, la formación de estos debe ser de modo sistemático y profesional.

3.4. III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Puebla (México), 1979

El documento de "Puebla", representa un camino de reflexión, de búsqueda y de madurez en la historia de la Iglesia latinoamericana. Intenta dar una respuesta a tantos interrogantes a nivel pastoral y a la vez fija aspectos doctrinales teológicos para la evangelización del pueblo de Dios.

Desde el punto de vista de la comunicación y bajo una perspectiva eclesial, la evangelización es entendida como anuncio del Reino, por lo tanto las comunicaciones deben ser tenidas en cuenta para la transmisión de la buena Nueva.

La Iglesia reconoce sus límites, pues a pesar de su preocupación y de los documentos que se han publicado en materia de comunicaciones, ha tardado en llevar a la práctica estas reflexiones (DP, No. 074-1075).

De otra parte ve positivo el rápido desarrollo de los medios grupales que en el último tiempo ha llegado a una producción creciente de material para la promoción humana y la evangelización, llegando así a un mayor contacto y diálogo con el pueblo.

Teniendo en cuenta los fuertes contrastes de la situación socio-eclesial, en Puebla se hacen algunas opciones concretas:

- Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto.
- Dar Prioridad a la formación en la comunicación social y no solamente al Pueblo de Dios o a agentes de pastoral, sino en forma particular la formación en los seminarios y una formación a todos los niveles: cultural, técnico y profesional. (DP, N° 1080-1082).

Los medios de comunicación deben ayudar a formar la conciencia comunitaria de la Iglesia a nivel de pertenencia y solidaridad. Otra misión será la de ayudar a vivir más la fe, a través de libros, artículos, la historia de nuestra evangelización, vidas de santos, sobre todo mostrando la grandeza de nuestra religiosidad popular, no tanto su folklor cuanto los valores a nivel humano, divino y liberador.

3.5. IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Santo Domingo (República Dominicana), 1992

Con motivo de la celebración de los "500 años de evangelización en América Latina", el Papa Juan Pablo II, convocó la cuarta Conferencia General del Episcopado Latinoamericano sobre todo para evaluar y estudiar los grandes temas como: Nueva Evangelización, Promoción humana y Cultura Cristiana.

En cuanto al tema de la inculturación el Papa, afirma que estamos ante una crisis cultural de proporciones insospechadas, donde no aparecen más los valores evangélicos y ni siquiera los fundamentalmente humanos, debido a los cambios sociales; eclesialmente nos situamos de frente al desafío de UNA NUEVA EVANGELIZACION, a la cual se intenta responder con el esfuerzo de una Inculturación del evangelio, este proceso es llamado por el Papa: "Centro medio y objetivo de la nueva evangelización" (SD, N°228); a esta nueva evangelización deben contribuir también los MCS, inseridos dentro de la pastoral orgánica. El Documento de Santo Domingo, asume en gran parte lo de Puebla; en éste se pueden destacar tres partes:

En primer lugar, la iluminación Teológica es el camino para llegar a la comunicación, teniendo como modelo la imagen trinitaria; cuya Palabra se hace "diálogo" y entra en la historia por obra del Espíritu.

En la comunicación del Padre del verbo hecho carne, la Palabra se hace liberación y redención para todos los hombres; la revelación de Dios y la fe de la humanidad engendran "un diálogo profundo" (AN No.6), así Cristo es el modelo del Perfecto

Comunicador y perfecto receptor en las diferentes manifestaciones de su vida, en EL, Dios el totalmente otro, nos busca y espera nuestra respuesta.

Expresa la íntima relación entre evangelización, promoción humana, y cultura fundada sobre la comunicación, esto impone desafíos concretos en el campo de las comunicaciones, pues sabemos que nos encontramos en la nueva cultura de la imagen, y el mensaje evangélico debe propio inculturarse en ella.

Seguidamente agrega que, entre los desafíos Pastorales presenta a los Medios de Comunicación en manos de pocos grupos de poder, muchas veces manejados por las multinacionales, que manipulan la información y en el campo comunicativo impone una nueva cultura que lleva al hedonismo, consumismo y atropella las culturas. Se destacan dos problemas: En primer lugar la pornografía que abaja la dignidad de la persona humana, la cosifica. Y segundo las sectas que han tomado la delantera en la utilización de los medios masivos y grupales para su propaganda. La poca presencia de la Iglesia en los medios masivos, por una falta de preparación a nivel profesional para trabajar en el medio y de nuevo la insistencia en la falta de programación a nivel de planificación de la Pastoral de comunicación.

3. Líneas Pastorales: Las novedades de esta son:

a. La necesidad de Integrar y articular la comunicación masiva con la comunitaria grupal (SD, No.281).

b. Es la primera vez que se habla de una formación sistemática en comunicaciones; dice, es necesario estimular las universidades Católicas (SD, No.285) para que organicen y ofrezcan formación a nivel humano, académico y profesional en comunicación social.

c. Como propuestas nuevas, presenta: La utilización de la informática como recurso para la evangelización, aspecto sobre el que aún se debe reflexionar más y segundo hace la

propuesta a las editoriales católicas de trabajar en una forma coordinada dentro de la pastoral orgánica (SD, No. 286).

3.6. V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano: Aparecida, (Brasil), 2007

El 13 de Mayo en Aparecida (Brasil), se inaugura por el Papa Benedicto XVI, la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, con el lema “Una Iglesia llamada hacer de todos sus miembros discípulos y misioneros de Cristo, Camino, Verdad y Vida, para que nuestros pueblos tengan vida en ÉL”.

Aparecida invita a seguir “Apoyando y optimizar a toda una Iglesia, a partir de Creaciones de medios de comunicación social propios, tanto en los sectores televisivos y radiales, como en los sitios del internet y en los medios impresos” (DA, No. 486d).

3.7. Para que la evangelización encuentre un camino. Los cuadernos con caratulas religiosas.

Así las cosas se puede enfatizar en el modo como los “nuevos medios de comunicación” se están asumiendo en los contextos de la comunicación para el desarrollo, que integra la comunicación estratégica y organizativa como factor real que contribuye al progreso de las comunidades, pues ellas mismas se vuelven protagonistas de su propia transformación. Una de las primeras tareas que se tiene como discípulos del Señor, es lograr que el cuerpo esté bien comunicado; que no haya nodos sin conexión, pues cada uno tiene mucho que aportar y que recibir. Son innumerables las buenas prácticas que han abierto camino todo lo relacionado a los medios de comunicación, que nos lleva a comunicar y a comunicarnos en un sencillo lenguaje y es el de Cristo.

Los medios impresos, como las revistas desempeñaron hasta hace poco un papel complementario dentro de los medios de Comunicación Social que eran seleccionados para una campaña publicitaria. Hoy en día, ante la increíble fragmentación del mercado, su papel ha vuelto a ser preponderante: usuarios de la informática, ecologistas, hombres de finanzas, publicistas y

pare de nombrar; público y segmentos de público donde el mensaje publicitario es captado con mayor eficacia y más cómodamente a través de la revista especializada.

Es por ello que este proyecto de cuadernos argollados con caratulas religiosas, llevan a darle un buen uso, que su único fin es el de propagar y compartir la fe. Estos cuadernos son vida prolongada. Se conservan en el hogar, en el lugar de clases, en una parroquia, etc, incluso como elemento decorativo, y se coleccionan según la imagen religiosa que vaya utilizar.

La Iglesia y los medios de Comunicación Social, los considera como nuevos areópagos, para llevar el Evangelio en el código de nuevos lenguajes con estrategias que permitan la inculturación del Evangelio en una sociedad globalizada, despersonalizada, transculturizada y sin fronteras. La comunicación humano-divina, vista desde la fe cristiana, tiene su centro en Cristo Resucitado, comunicador de la Buena Nueva del amor del Padre. Cristo envía a sus discípulos a comunicar y hacer conocer el Evangelio de la verdad y de la salvación a todos los pueblos. Los Medios de Comunicación Social son al mismo tiempo don de Dios y fruto del ingenio humano; Dios nos creó con la inigualable capacidad de comunicarnos, con la fuerza del Espíritu, una sociedad de hermanos. Estos medios, puestos al servicio del Reino de Dios, exigen que el ser humano sea mejor y vivo de acuerdo a su dignidad primigenia. Los medios de la Iglesia son mucho más educativos y evangelizadores en la medida que se hagan más cercanos a las personas, a las comunidades y se conviertan en la verdadera voz de los que no tienen voz.

4. COLOMBIA, UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA LA EVANGELIZACIÓN

Ya se ha hablado del pensamiento de la Iglesia sobre comunicación en América Latina; se trata ahora de ir a una pastoral evangelizadora concreta, a la propuesta de un proyecto que se desarrolla en dar a conocer la Buena Nueva, compartiendo la fe, desde las imágenes religiosas impresos en caratulas de cuadernos, cuyo contenido llevará historias, oraciones y vida (bibliografía) de algunas devociones a nuestro Señor Jesús, advocaciones de la Santísima Virgen

María, vida de Santos, Los Sacramentos, Obras de Misericordia, Viacrucis, Mi Primera Comunión, entre otros, que permitirán enriquecer, amar la fe y darla a conocer.

Este proyecto de cuadernos con un toque de espiritualidad, nace en una cultura concreta, la cultura popular urbana.

4.1. ¿Un cambio de época, o una época de cambio?

La encíclica GS, da una de las definiciones más completas de cultura:

“Es propio de la persona humana el no llegar a un nivel verdadero y plenamente humano, sino es mediante la cultura, es decir, cultivando los bienes y los valores naturales. Siempre que se trata de la vida humana, naturaleza y cultura se hayan unidas estrechísimamente. Con la Palabra cultura se indica en sentido general todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales” (GS, No. 53).

El Vaticano II, ha tomado al hombre en toda su globalidad humana y lo invita a ser el autor de su progreso integral, como derecho propio y como deber, abarcando aquí el nivel histórico, social, político e individual del ser humano.

El hombre de hoy es el hombre del audiovisual, de la imagen, superando la civilización de la palabra que es hoy ineficaz; vive en la civilización de la imagen, creada por los MCS que no se dirigen tanto al mundo intelectual o volitivo del hombre, cuanto a su emotividad, sentimiento y afectividad dándole excitación y placer.

Dos expresiones para entrar en el mundo del hombre de hoy son: “emoción”, como puerta de entrada para penetrar al mundo visual, audiovisual y sentir, dejarse coger, estar abierto y receptivo a la señal sonora luminosa, no hay que analizar, basta solo sentir; pero al origen de estas palabras hay una dimensión que se llama "modulación", que según Babin (1993) designa un

conjunto de vibraciones que varían en intensidad, en elevación, en armónicos, en grados, es decir en diversas frecuencias sonoras o luminosas.

En este universo de los M.C, se encuentra la imagen, el medio y la modulación; el medio es el conjunto de infraestructuras - tecnológicas que son manipulados; la modulación es la vibración que penetra y afecta los sentidos del hombre de hoy y la imagen es la que representa el aspecto físico, corporal, sensible de una imagen o sonido.

Sin embargo esta nueva cultura cargada de emotividad, sentimiento y modulación, vive hoy: una pérdida del sentido de comunidad; de su identidad personal; de visión y perspectiva de futuro; de sentido y el valor de la vida. La Nueva Cultura es conformada en general por una gran masa, que en América Latina y en Colombia llamamos "Cultura Popular".

4.2. Cultura popular

Cuando se habla de cultura popular se entiende que ésta existe porque el sujeto real que la compone es "El Pueblo" (Babin, 1993,17) y cuando el latinoamericano se pregunta por lo popular como cultura, no hace un estudio de esto, simplemente lo vive.

Se puede decir que un pueblo comienza a "Ser", cuando entra en la historia; así el pueblo Latinoamericano ha entrado en la historia, así la cultura popular surge como "otra cultura" que en contraste con el saber culto y dominante, se presenta como totalidad, es el caso de América Latina.

4.3. Cultura urbana

La cultura popular urbana en América Latina, no tiene todavía estudios científicos serios, pues como fenómeno es reciente. De hecho Colombia, hasta hace 20 años era un país netamente agrícola y hoy se puede decir que la cultura urbana, está en pleno desarrollo, pues el fenómeno de la emigración comenzó en los años 60 y llegó a su clímax en los 70.

Todavía en los barrios populares se encuentran algunas tradiciones de una cultura campesina como por ejemplo en las narraciones populares en los tiempos de ocio; en las comidas, en la acogida del forastero y de las visitas; en los encuentros del sábado por la noche en la cantina del barrio para tomar cerveza y en las ventas caseras de huevos, verduras, gaseosas y otras producciones artesanales.

Para esta cultura no es tan importante entrar en teorías científicas, o en avanzados estudios sobre los medios y su poder de manipulación; lo que a ellos les interesa es tener condiciones de vida dignas: hogar, trabajo, alimentación, salud, educación, que los ayuden a desarrollar todo su potencial como seres humanos forjadores de la historia.

Los nuevos tiempos piden que se les brinde la oportunidad de hablar, de aprender, de crear, de ser activos y críticos con su mundo cultural, social, político y económico he aquí el grande reto de la Iglesia de contribuir a la formación y promoción humana de esta cultura.

El primer reto que encuentra el campesino cuando llega a la ciudad es la necesidad de adaptación y supervivencia. A esto se suma el hecho de que en la sociedad industrial el hombre no es persona, sino un número que produce. Llano (1992) plantea que su misma vida empieza a moverse con un solo fin, "Conseguir comodidad" (consumismo), así como presentan en la televisión; ante esto lo religioso aparece como algo improductivo, alienante o una pérdida de tiempo, en palabras de Sanchez (1989) y se acude a Dios en los casos de mayor necesidad o por tradición.

En la ciudad el hombre se encuentra con nuevos cultos donde ir a celebrar: Las grandes concentraciones deportivas, los espectáculos públicos, las reuniones sindicales o las manifestaciones de protesta, las grandes presentaciones de los ídolos de la música moderna; asistiendo a estos cultos, en algunos casos se puede decir, que manifiesta la necesidad de seguridad religiosa.

A esto se suma, el fenómeno del secularismo, de frente a este el Puebla dice: "En su esencia el secularismo separa y opone al hombre con respecto a Dios; concibe la creación de la

historia como exclusividad del hombre; la Iglesia viendo en esto una amenaza a la fe y a la misma cultura, propone un nuevo impulso evangelizador que parta de la fe de nuestros pueblos" (DP, No. 434- 436), de su religiosidad popular; porque en América Latina, la cultura y la religiosidad popular están fusionadas, no se hacen dicotomías.

4.4. Religiosidad popular

El documento de Puebla, define la religiosidad popular como:

El conjunto de hondas creencias selladas por Dios, de las actitudes básicas que de esas convicciones derivan y las expresiones que la manifiestan. Se trata de la forma o de la existencia cultural que la religión adopta en un pueblo determinado. La religión del pueblo Latinoamericano en su forma cultural más característica es expresión de la fe católica. Es un catolicismo popular (DP, No. 444).

Según Manuel Marzal (1994) la religiosidad popular es la forma de expresión de las grandes mayorías del pueblo; ésta es fruto de una falta de atención por parte de la Iglesia, o porque dichas mayorías no buscan una atención mejor.

Con base en lo anterior podría decirse que esto es cierto porque:

- La Iglesia estaba habituada a una cultura rural, mucho más simple.
- El desarrollo de las masas populares ha sido acelerado en los últimos años y no estábamos preparados.
- En varias naciones la Iglesia por miedo a perder privilegios y seguridades humanas, ha sido por parte del poder político y económico, de las minorías, sin prestar mucha atención a las masas populares.

En el mundo urbano se encuentran varios campos específicos de religiosidad popular: el juvenil, el estudiantil, la mayoría de jóvenes siguen la tradición de sus padres, pero a esto le mezclan nuevos significados de acuerdo al ambiente en el que se mueven. El mundo obrero que

cuando se traslada de la casa a la fábrica generalmente encuentra la Iglesia cerrada, pero que alimenta una fe profunda que expresa a través de sus devociones.

La religiosidad popular es una cultura, en el sentido antropológico, porque presenta un modo de ver la vida y de construir el mundo; este imprime en los católicos fuerzas sociológicas, estados de ánimo duraderos, que se han constituido en el “Sentimiento religioso del pueblo”, este desde la mirada de Marzal (1994) es basado en:

- a. La fe en un Dios justo, cercano y providente: causada por su contacto con la naturaleza que es de grande majestad y belleza pero a la vez dura, fría. Esto hace sentir un Dios providente, que da la vida y al cual se acude en cada momento, casi como un dios "tapa huecos", de ÉL viene la salud y el bienestar temporal; pero también de ÉL viene la venganza, el castigo, la enfermedad y la mala suerte. Este sentido de omnipotencia y presencia de Dios es muy arraigado en nuestro pueblo Latinoamericano.
- b. En la Virgen María: Ella es el símbolo de la religiosidad popular, ella pertenece al pueblo, unifica a las naciones, es el estandarte de la libertad, es la esperanza de las gentes; en ella ven a la madre, a la patrona, a la amiga; ella es la gran confidente y la compañera en la lucha de la vida. Hasta ahora este aspecto no ha sido muy profundizado en América Latina, pero es ella la que mueve a las peregrinaciones y a la consolidación de los pueblos.
- c. En los Santos: El Santo para el pueblo es su Patrono a quien el generalmente, le celebra la fiesta como signo de gratitud y de petición de protección; éste es un intercesor ante Dios.

Concluyendo se puede decir que aún en esta Nueva Cultura, la Iglesia está llamada a cumplir su misión de profeta y maestra, ayudando a formar los verdaderos valores humanos y cristianos; está llamada a cumplir su misión profética de anuncio y de denuncia de todo lo que se opone a la dignidad del hombre; hoy más que nunca debe dar testimonio del Cristo hecho hombre por nosotros. De ahí que este proyecto, esté enfocado en prolongar este anuncio a través de los medios de comunicación, proyectado en estos cuadernos con caratulas religiosas, que en el

interior de estos cuadernos, llevan relatos históricos de Jesús, advocaciones Marianas, vida de Santos, entre otros.

En este contexto de la Iglesia como Profeta y Maestra, nace el proyecto para una formación integral de adultos, jóvenes, niños, que con lleva directamente a la voluntad del corazón, todas las fuerzas físicas hacia Cristo Maestro Camino, Verdad y Vida; para que así sean testimonios vivos de los valores evangélicos, agentes de pastoral, dentro de una sociedad deshumanizada y fermento en masa para construir una sociedad más justa, donde exista el respeto a la vida, a la paz y a la dignidad de cada persona como hijo de Dios.

5. HACIA UNA PASTORAL DE LAS COMUNICACIONES COMO PROPAGACIÓN DE LA FE, A PARTIR DE CUADERNOS CON CARATULAS RELIGIOSAS

El entrar al mundo de los medios de comunicación, es poder sustraer nuevas formas o medios que puedan ayudar a prolongar la buena nueva en el pueblo de Dios. Este proyecto está iluminado con la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales No 44, llevado a cabo el 16 de Mayo del año 2010 con el lema *“El Sacerdote y la Pastoral en el mundo digital, los nuevos medios al servicio de la palabra”*, por ello el Papa Benedicto XVI, dice “Que el Sacerdote da a conocer el servicio de la Iglesia y ayudar a las personas de hoy a descubrir a Cristo”. (Benedicto XVI, on line).

Esto da pie para motivar a una sociedad sedienta de Dios, que quiere saber dónde está, como es, a quien se dirige, como lo buscamos. En ayudarles a buscar y reconfirmar una fe, una creencia que despertará en la persona un nuevo estilo de vivir como de pensar: “El tiempo se ha cumplido y el Reino de Dios está cerca; convertíos y creed en la Buena Nueva” Mc. 1,15.

Es por ello, que se presenta esta propuesta como una herramienta necesaria para rescatar aquella fe que trata de decaer en los niños, jóvenes e inclusive en los adultos. Es mostrar desde una caratula de cuaderno con los rostros vivos de Jesús, el cariño y amor de la Santísima Virgen

María, la gran ayuda e intercesión de los Santos que permitan volver a los orígenes de la Iglesia y traerlos de vuelta, pero esta vez impregnados en cuadernos para que cada persona haga el mejor uso en sus actividades personales, permitiendo que cada cuaderno se lleve a clase, a la universidad, al trabajo, parroquia, catequesis y de ahí surja una nueva forma pedagógica de reenamorarnos y de defender la tradición de la Iglesia, "La Tradición, con T (mayúscula) es la que viene de los Apóstoles y de lo que éstos recibieron de la enseñanza y del ejemplo de Jesús y lo que reveló el Espíritu Santo".(CEC, No. 83).

5.1. ¿Cómo desarrollar la idea novedosa?

Este proyecto se desarrollará en una imprenta que cumpla con todos los requisitos de empaste: argollado o cosido. Para ello se tiene s las Imprentas de Printex como la Bastilla, con su carisma de comunicar la Buena Nueva con los diferentes libros que ellos mismos ofrecen al mercado, utilizando sus propias máquinas de imprenta y su creatividad. Este proyecto estará asesorado por el encargado de la Pastoral de una Diócesis o de empresa Lux Dei (empresa en apoyar este proyecto de Evangelización), para luego distribuirlo en parroquias, colegios, universidades y almacenes de cadena. Las imágenes deben seleccionarse como por ejemplo: **DEVOCIONES A JESÚS:** El Señor de la Misericordia, El Sagrado Corazón de Jesús, El Buen Pastor, etc. **ADVOCACIONES MARIANAS:** Nuestra Señora de Guadalupe, La Virgen de la Medalla Milagrosa, La Asunción de María, etc. **SANTORAL:** Beato Juan Pablo II, San Pío de Pietrelcina, Beata Madre Teresa de Calcuta, Santa Teresita del Niño Jesús, San José, etc. **SACRAMENTOS:** Bautizo, Eucaristía, Confirmación, etc... y muchos ejemplares de más. De igual forma estas imágenes deben tener un buen pixelado (buena resolución), el permiso adecuado de quien diseñó la imagen (derechos de autor), el tamaño del cuaderno es de 16.5 cms de ancho por 23 cms de alto. Los cuadernos tienen su portada y contraportada a full color, se debe investigar las historias espirituales de cada imagen religiosa, ya que en su interior lleva: dos bolsillos, un relato histórico, páginas interiores a color, que contienen 8 mensajes o frases espirituales en la parte inferior de las hojas alusivas a Jesús, la Virgen María, los Santos, etc y por último, cuatro separatas con catequesis en que recuerdan: los 10 Mandamientos, los Sacramento de la Iglesia, el llamado vocacional, los pasos para hacer una buena confesión, entre otros. De

igual forma se tiene una página web, en donde los podrán ver mejor este proyecto de Evangelización.

5.2. Interlocutores del proyecto

Este proyecto va dirigido a todo niño, joven y adulto. El destinatario de este cuaderno religioso con un toque de espiritualidad, se encarga de llevarlo y darlo a conocer en cualquier lugar. Es dejarse llevar por el Espíritu Santo y despertar con la Buena Nueva que llega, tal como lo vivió “Santa Isabel ante el saludo de la Virgen María”, también Isabel sintió la alegría mesiánica y quedó llena de Espíritu Santo; Isabel, con su exclamación llena de admiración, invita a apreciar todo lo que la presencia de la Virgen trae como don a la vida de cada creyente. Es precisamente experimentar, tener un contacto con aquel que motiva a creer en ÉL y que a través de este proyecto, invita a los padres de familia a seguir prolongando su tarea de amor en cada hogar a través de estos cuadernos religiosos. Por ello hay un llamado a educar, según Juan Pablo II: “El educador es una persona que engendra en sentido espiritual. Bajo esta perspectiva, la educación puede ser considerada un verdadero apostolado. Es una comunicación vital, que no sólo establece una relación profunda entre educador y educando, sino que hace participar a ambos en la verdad y en el amor, meta final a la que está llamado todo hombre por parte de Dios Padre, Hijo y Espíritu Santo” (Juan Pablo II, carta a las familias, No. 16).

5.3. Una propuesta de Evangelización

Entonces evangelización es anunciar la Buena Noticia del Evangelio de Nuestro Señor Jesucristo a toda raza, lengua, pueblo y nación. En específico, llevar la revelación cristiana a personas y culturas que aún no han recibido el Evangelio. Por tanto, esta nueva forma de evangelización, es poder ayudar al pueblo de Dios en tener una mejor búsqueda de su fe, experimentándola a través de las portadas de estos cuadernos con imágenes y relatos religiosos que llevan un fin: rescatar, afianzar y propagar la fe para que sea luz para otros y esa luz se prolongue en construir y edificar el Reino de Dios: “Vosotros sois la luz del mundo No se puede esconder una ciudad edificada sobre un cerro. No se enciende una lámpara para ocultarla, sino para ponerla en un candelero a fin de que alumbre a todos los de la casa. Por eso que vuestra luz

brille ante los hombres para que vean sus buenas obras y den gloria a vuestro Padre que está en los cielos”(Mt. 5,14-16).

Para finalizar, se retoman las palabras del Padre Carlos Arturo Quintero para quien “los “areópagos que son necesarios para la evangelización, como lugar de encuentro y de integración”. (Quintero, 2010, 10) Pero de igual forma San Pablo sigue enseñando que es “Indispensable evangelizar a tiempo y a destiempo”, porque a este mismo pensamiento se une el Beato Juan Pablo II, que al comenzar el Tercer Milenio invita a remar mar adentro y a comprometernos en una Nueva Evangelización que respondiera a las necesidades de una evangelización y una cultura acorde con los nuevos tiempos para una adecuada propagación de la fe.

CONCLUSIONES

Llegando al final de la investigación, se siente una semilla de esperanza, pero a la vez de responsabilidad y compromiso serio con la Iglesia; la evolución que ha tenido en su pensamiento sobre los Medios de Comunicación y la evangelización, ha sido lento, pero el cambio de mentalidad ha sido progresivo; aun se debe continuar en este proceso.

Se está de frente a una Iglesia que busca el diálogo con la cultura; una Iglesia que pasó de considerar los medios sólo como instrumentos, a una visión más global y realista, una Iglesia que se interpela así misma, que sale al encuentro del otro, que se esmera por buscar nuevas estrategias en que el hombre busque de Dios y le ayude en construir Su Reino en transmitir la Buena Nueva a través de estos novedosos cuadernos argollados con carátulas religiosas que inspire en los usuarios el reconocimiento testimonial de los Santos y la profundización de algunos misterios de la fe. La intención es despertar una sensibilidad religiosa haciendo de estas herramientas publicitarias y comunicacionales instrumentos de evangelización.

Continuar con la Nueva Evangelización, partiendo de la inculturación como encuentro dialéctico entre fe cristiana y cultura concreta, estimulando a los agentes de pastoral para que estén siempre en una actitud de investigación y reflexión sobre el evangelio y la cultura, de tal modo que sean mediadores de esta, pero con convicciones firmes de la fe que proclaman.

El misionero que opta por trabajar en el mundo de las comunicaciones necesita un fundamento sólido, una fe grande y un gran amor por lo que comunica, el seguimiento de Cristo Maestro con la mente, la voluntad, el corazón las fuerzas físicas, dispuesto a dar su vida por la verdad que anuncia, con la certeza, solidaridad, compartir y el dialogo como dice S.S. Benedicto XVI: ***“La forma de difundir información y conocimientos, nace de un nuevo modo de aprender y pensar, para construir lazos de comunión, entre el productor y el consumidor de información a través de la solidaridad, el compartir, el dialogo e intercambiar unos con otros, creaciones de nuevas relaciones positivas”*** (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la XLV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales- Junio 5 de 2011).

Esta es una nueva forma de expresar y propagar la fe, que trasmite un mensaje de salvación para todo el mundo, permitiendo interpelar de modo permanente la conciencia del hombre.

BIBLIOGRAFÍA

AA W., "El hombre Latinoamericano y sus valores". (1991): Colombia, VI ed, Ed Nueva América, 315.

BABIN P. (1993)"El lenguaje de la nueva cultura", Madrid, Ed Paulinas, 17.

CELAM. Comunicación misión y desafío., 1986.69.

CELAM. (1988). Teoría y Praxis de la Iglesia Latinoamericana en Comunicaciones Sociales: Bogotá, Celam - Decos, 38.

DOCUMENTOS DEL VATICANO II. (1968). Decreto sobre los Medios de Comunicación Social: Roma, IV edición, , Ed. BAC, , 559.

FISCHER H D, E. BARAGLI. (1974). Comunicazione e Pastorale: Roma, Studio Romano della Comunicazione Sociale, 107.

FLORIANO CUMBREÑO, A. C. (1946). Curso general de Paleografía y Paleografía y Diplomática Españolas, Oviedo, 42-50.

ILLANES, José Luis. (2001). Desafíos teológicos de la Nueva Evangelización. En el horizonte del Tercer Milenio. Ed. La Palabra. Madrid.

JUAN PABLO II. Carta Apostólica Novo Millennio Ineunte. Enero 6 de 2001.

JUAN PABLO II, Carta encíclica "Redemptoris Missio", collana "Magistero" 177, Milano, Ed Paoline, 1991.

JUAN PABLO II. Carta a las Familias No. 16. Noviembre 02de 1994.

LLANO C, "Usos sociales de la televisión y de la telenovela. La Telenovela en el Barrio Popular", En Televisión y Melodrama, Bogotá, Ed Tercer Mundo Editores, 1992, 218.

MARZAL M. Claves para el Catolicismo Popular Peruano. Curso MO 2082, Antropología Latinoamericana, dispensas del Profesor, Roma, Pontificia Universidad Gregoriana, 1994.

MONTERO C. (1979). Apuntes iniciación a la paleografía española de los siglos XII a XVII: Madrid, Ed. Hidalguia

JUAN PABLO II. NUEVO CATECISMO DE LA IGLESIA . Octubre 11 de 1992.

PACHECO J, "Los Jesuitas en Colombia", Tomo I, Bogotá, Ed San Juan Eudes, 1959

PAOLO VI, Esortazione apostòlica,"L'evangelizzazione nel mondo mni-emooraneo". Collana "Il Pastore" 30, Roma, Ed Paoline, 1975.

PIA SOCIETÀ' FIGLIE DI SAN PAOLO, "Constituciones y directorio-", Roma, Pia Società Figlie di San Paolo, 1984, N° 12.

PIO XII. "Carta Encíclica Miranda Prorsus", Consejo para las Comunicaciones Sociales durante Jornada Mundial, Septiembre 8 de 1957.

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, "Aetatis Novae", Instrucción Pastoral sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de Communio et Progressio, Madrid, Ed Paulinas, 1992.

PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, "Communio et Progressio", Istruzione Pastorale della pontificia commissione per le comunicazione sociale sugli strumenti della comunicazione sociale, Torino, Ed Paoline, 1978.

QUINTERO, Carlos Aturo "Hacia una pastoral de la comunicación en la Iglesia", Pagina 10, 2010.

RUPNIK M, "Teologie per le nuove vie dell'evangelizzazione", corso MO 2085 Roma Pontificia Università Gregoriana, apuntes personales, XI-29-1994.

SAGRADA BIBLIA. Cuarta Edición 2009 en continuidad con las ediciones anteriores de 1967, 1975 y 1978. Editorial Desclée de Brouwer.

SÁNCHEZ G. (1989). Religiosidad Popular y opción por los pobres: México, Ed Librería Parroquial Claveria, ,125.

SPOLETINI. (1985) "Comunicación e Iglesia Latinoamericana". Colección "Comunicación" 3, Florida-Buenos Aires, Ed Paulinas, XVII.

URRIBARI, Gabino. (2007). Contexto y Nueva Evangelización. Sertvicios editoriales S.L. Madrid.

VIDELA TORRES, Alfredo. (1995) Una Nueva Evangelización. Ed. Andrés Bello. Santiago de Chile.