

# COMUNICACION COMO SERVICIO

## MENSAJE DE LOS OBISPOS DE VENEZUELA

*Juan Pablo II en el Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que se celebrará el 31 de Mayo, y cuyo tema es "Las Comunicaciones Sociales al servicio de la justicia y de la paz", ha instado a los Medios de Comunicación a que promuevan la paz mediante la justicia.*

*Para nosotros venezolanos, ninguna aplicación mejor para el país, que la expuesta por el Mensaje de los Obispos de Venezuela: "Comunicación como Servicio", con motivo de la 47a. Asamblea Plenaria (7-15 enero, 1987). Es, sin duda, el documento más elaborado y completo sobre los Medios de Comunicación Social, producido por nuestra Jerarquía desde el surgimiento de estas nuevas técnicas de expresión.*

*El silenciamiento de éste y otros mensajes como el del desempleo por parte de los medios de comunicación, especialmente la Radio y la Televisión, es demostrativo de la indisponibilidad y resistencia de tales instituciones para autoevangelizarse.*

*Por eso consideramos importante dar resonancia a la voz de nuestros Obispos, no solamente cuando es amplificada interesadamente, sino cuando es acallada como en esta oportunidad.*

### EL HOMBRE ES ESENCIALMENTE COMUNICADOR

El hombre, creado por Dios a su imagen y semejanza, es el centro de la creación, con vocación a la perfección individual y social. Es un ser llamado a vivir en comunicación con Dios y con los hombres. Toda la tierra le fue dada para que, mediante su palabra y su trabajo, pudiera subsistir y desarrollarse inteligentemente.

El hombre por su limitación tiene carencias y metas necesarias, cuya consecución exige el ejercicio de la solidaridad. El hombre nace de una pareja, se forma en una familia, crece en una comunidad y encuentra su realización en diálogo con la sociedad. Las instituciones de la vida social, por tanto, deben integrarse también a este proceso de personalización, en el que radica la perfección y, por ende, la felicidad del hombre.

Por ello la comunicación, la participación, es un movimiento esencial del hombre. Esta realidad humana está testimoniada no solamente por la experiencia de cada uno, sino también por las ciencias humanas. La condición social del hombre se hace necesidad de comunicación. Con el correr del tiempo él ha ido acumulando y perfeccionando sus medios de comunicación.

### EL HOMBRE DEBE ESTAR EN EL CENTRO

"Como el hombre mismo -dice la Instrucción Pastoral "Comunio et Progressio"- es la norma en el uso de los medios de comunicación, los principios morales que a ellos se refieren, deben apoyarse en la conveniente consideración de la dignidad del hombre, llamado a formar parte de la familia de los hijos adoptivos de Dios" (1).

En efecto, la dignidad de la persona humana no sólo debe ser defendida, sino también promovida mediante el respeto y profundización de los valores que tejen el progreso cultural.

Corresponde a los Medios de Comunicación Social favorecer la coherencia entre la dignidad inalienable de las personas y la expresión de su desarrollo individual y social.

La dignidad de la persona humana exige garantías para el ejercicio y crecimiento de la libertad individual y social. Ya sabemos que la incidencia de los Medios en la conciencia del hombre es tan profunda que necesita una muy especial formación para un adecuado

discernimiento y una efectiva reacción frente al avasallamiento y a las seducciones de los mismos.

Los Medios, cuya razón de ser es la comunicación humana, deben estar al servicio de la educación, de la elevación del hombre, mediante la creación de un ambiente propicio a la formación y consolidación de valores y fomentar el diálogo en que exista participación positiva de todos en el proceso cultural.

### LOS MEDIOS TECNOLOGICOS EN LA CIVILIZACION AUDIOVISUAL

La naturaleza comunicacional del hombre, con la inteligencia privilegiada por el Creador, ingenia cada día medios más perfeccionados. Hoy el mundo, ayer gigante, aparece minúsculo, merced a los "poderosos recursos tecnológicos" (2), donde casi todo es simultáneo. Mas siempre debe tenerse presente que estos formidables Medios, por los cuales bendecimos a Dios, tienen su origen y finalidad en la condición comunicacional y en la capacidad inventiva del hombre. Ellos son medios y no causa de comunicación: son una "dimensión amplia y profunda de las relaciones humanas" (3).

Por lo tanto, estos instrumentos de comunicación social deben ser vehículos propulsores de la convivencia, del respeto al hombre, del diálogo, de la comprensión y de la participación. Sería contradictorio que el progreso técnico, en lugar de promover la comunicación, la destruyese, al favorecer la comunicación unilateral y la reducción de los hombres a "invitados" de piedra y receptores acrílicos. De esta manera, dichos instrumentos se convertirían en medios de dominación de masas, en lugar de liberación de hombres y pueblos. La Iglesia, para enfrentar ese peligro, desde el Concilio Vaticano II, acuñó la expresión Medios de Comunicación Social, sustituyendo así la ambigua "Medios de Comunicación de Masas".

### LA REALIDAD DE NUESTROS MEDIOS

Al enfocar la realidad de los Medios de Comunicación en nuestro país, no podemos dejar de admirar y aplaudir los avances de la técnica en este campo que ha hecho posible un intercambio más efectivo entre todos los venezolanos.

Es patente el servicio que estos medios han prestado y prestan a la promoción y desarrollo de nuestro pueblo en múltiples aspectos.

Igualmente expresamos una palabra de reconocimiento a la colaboración que la Iglesia recibe de ellos para la difusión de su mensaje evangelizador.

Los Obispos reunidos en el Concilio Vaticano II manifestaron su gozo por los logros de los Medios de Comunicación Social; pero también expresaron que la Iglesia sentía una "materna angustia dolorida por los daños que de un mal uso han surgido con demasiada frecuencia para la sociedad humana" (4).

Veintitrés años después, comparando lo que se debe esperar de los Medios de Comunicación Social y su realidad actual, los Obispos de Venezuela hacemos propio ese sentimiento angustioso y dolorido del Concilio, por cuanto contemplamos que el uso abusivo y distorsionado de los mismos está produciendo efectos contrarios a su vocación e identidad.

Los Medios de Comunicación Social han de colaborar en proporcionar al hombre lo que necesita y no arrancarle lo que lo dignifica ni suscitar en él lo irreal y ficticio. Esto es lo que sucede cuando la comunicación humana deja de ser un ámbito de participación constructiva para dividir a los hombres en "emisores" y "perceptores" aislados cada uno en su ubicación para dar lugar sin canales reales de expresiones propias, inermes ante la avalancha de mensajes inmorales directos o subliminales.

Cuando los Medios de Comunicación Social están exclusivamente en manos de grupos cerrados, económicos o de otra índole, los "perceptores" dan la imagen de prisioneros obedientes y pasivos. Es inaceptable que importantes Medios de Comunicación Social estén casi polarizados en proyectos mercantilistas y no en la tarea de hacer al hombre más humano, enriqueciéndolo con estímulos para la comunión, y para la marcha hacia el bien.

En lugar de proporcionar elementos constructivos excitan a las personas y grupos en línea negativa, lo cual se hace con las más diferentes excusas, entre otras el argumento de atender y complacer a un supuesto "gusto popular". Un "gusto" que es fomentado unilateralmente por tales Medios. Los Medios de Comunicación Social no pueden ignorar la existencia del mal, que permea las estructuras personales y sociales; la presentación del mismo, sin embargo, debe ser prudentemente concebida, a fin de que en lugar de una aprobación o estimulación, enfoque el mal como un antivalor, como algo negativo, rechazable.

La contaminación moral que están produciendo ciertos Medios de Comunicación, nos obliga a elevar nuestra voz y someter a la consideración de todas las personas e instituciones de nuestra patria la preocupación por la "ecología moral", de la cual hablaba el Papa Pablo VI a la humanidad.

Cada día se difunde y hace presente un materialismo consumista, a través de una cadena opresiva de mensajes-mercancía; éstos, mediante la explotación de pasiones e instintos, logran crear necesidades artificiales que llevan al hombre a sobredimensionar sus posibilidades por falsas expectativas. Y el que no puede satisfacerlas queda amargado por la frustración.

A la par, marcha la violencia. Los Medios, en general, han mostrado y están mostrando neutralmente las diferentes formas de matar, robar, atracar, violar, engañar. Ante nuestros ojos y los de los niños, especialmente en horas de programación infantil, destilan a menudo mil trucos para estafar, asesinar y burlarse de la justicia. Los autores del mal, a lo largo de los programas, van de triunfo en triunfo a veces hasta el final donde son convencionalmente abatidos. El mal impera por mucho tiempo mientras que el bien triunfa fugazmente. Ciertos mensajes, a través de algunos Medios de Comunicación, están estimulando la delincuencia, a tal punto que pueden llegar a constituirse en escuelas calificadas para el crimen. Esto se nota en el alto porcentaje del material programático que procede de otras latitudes pa-

ra el consumo de nuestro pueblo venezolano. Toda la vida criminal de grandes ciudades, las mafias internacionales y el mundo del espionaje, son ingredientes cotidianos de nuestros Medios, especialmente televisivos; además la producción nacional se inscribe en alto porcentaje en esta negativa competencia.

"En Venezuela, de un promedio de dos horas y media de ver televisión diaria en 1969, se ha pasado a las cuatro horas diarias a nivel urbano -en 1986- y se mantiene el incremento sobre todo en los niños".

"La programación venezolana, significativamente dependiente hasta en un 56% de la producción norteamericana, refleja la tendencia permanente hacia la violencia, incrementada por la importación de dibujos animados japoneses y por el aumento de dosis violentas en los noticieros y telenovelas".

"Para hacernos una idea de la recepción de contenidos violentos por un joven nuestro, hagamos una estimación: aunque el niño urbano comience a ver TV, desde un año, supongamos que un niño típico urbano comience a los tres años, con una media diaria de cuatro horas, este niño para los 18 habrá visto: 113.568 heridos y muertos, 65.200 escenas bélicas, 297.024 armas, 8.763 suicidios". (Extracto de la Ponencia de Jesús María Aguirre en el foro "Los Medios de Comunicación Social y la Paz", mayo 1986, Centro Paulino, Caracas).

Notamos igualmente los Obispos de Venezuela un menoscabo acelerado de la honradez. Abundan las mentiras, los silencios mal intencionados, las verdades a medias, el silencio impuesto, los titulares llamativos que tienen poco o nada que ver con las noticias, la invasión del recinto sagrado de la privacidad de las personas, los espectáculos deprimentes que desprestigian a personas acusadas aún antes de la sentencia. Pensamos condolidos, en los hijos y en los familiares de las personas ultrajadas ante los ojos de la nación, de manera irreversible, porque la reparación de la fama en forma correspondiente al desprestigio no existe en nuestros Medios. Todo esto hiere medularmente la dignidad de la persona humana.

El frenesí por vender más revoluciona a los Medios: dependiendo las ganancias del "rating", para ubicarse en los máximos puntajes, se echa mano de cuanto puede cautivar al hombre. Este se degrada entonces a la categoría de medio, hiriendo así gravemente su dignidad de persona y a la sociedad humana. El "rating" emerge en nuestros días como un Dios exigente ante el cual se inmolan valores fundamentales.

Para atraer al "perceptor", los Medios de Comunicación recurren al hedonismo y a la violencia. La publicidad de perfumes, ropas, comidas y cuanto hay que vender se envuelve en pornografía. Se está produciendo una manipulación inescrupulosa de lo sexual, con fines de elevar el "rating", la venta, el lucro, a expensas de la salud moral de nuestro pueblo, especialmente de la juventud. Como Venezolanos y como pastores exigimos respeto a la persona, hombre y mujer, ante la manipulación que destruye sus fuerzas morales, instrumentando los instintos que ha recibido de Dios para su satisfacción, la reciprocidad y la procreación.

La libertad personal sabemos que está siendo vulnerada por el uso inmoral de los recursos técnicos, dirigidos a la percepción subliminal, que consiste en invadir secretamente la conciencia de las personas, sin que su libertad apenas pueda ofrecer resistencia. De esta manera el hombre vendría a ser así una pieza más del engranaje al servicio de una minoría dominadora. Es inadmisibles el hecho de que no queriendo Dios imponer al hombre el bien, algunos hombres intenten imponer el mal, usando medios sicotécnicos.

El matrimonio y la familia, comunidades básicas de la Sociedad, prácticamente son también víctimas indefensas del mercantilismo comunicacional. Sus valores éticos elementales están siendo atropellados, especialmente en la unidad y en la indisolubilidad. Principalmente las novelas y series son apologías y promoción de las relaciones extra y prematrimoniales, del trato desconsiderado a los

padres, de la vulgaridad. La fidelidad conyugal, el respeto mutuo en la familia, son caricaturizados y presentados como impropios del hombre libre moderno. Algunos legitiman dichas novelas con el pretexto de que así es la realidad, pero se sabe que no toda presentación de lo real es moral y constructivo. No se debe canonizar el mal porque tenga existencia. El pecado, opresión del hombre, no "tiene derecho" a ser publicitado o elogiado sólo porque acaece. El realismo en la comunicación tiene que ser manejado con gran responsabilidad ética. Para muchos, especialmente los jóvenes, las "imágenes" se transforman fácilmente en patrones de conducta de dichas realidades negativas. La familia se está acostumbrando por la fuerza a estos mensajes y, lo que es peor, pocos padres de familia se atreven a disciplinar el abuso de la televisión en sus hogares. Todas las horas libres, de suyo destinadas a la convivencia hogareña, transcurren ante la pantalla encendida. Cada uno de los miembros de la familia está pendiente de ella con tal grado de dependencia que una sola palabra dicha por uno de ellos puede provocar una desaveniencia familiar.

Al herir a la familia queda también maltrata la escuela, que es su continuación. Los maestros no pueden oponer con eficacia sus enseñanzas al mensaje negativo de los Medios. Por otra parte, el uso inmoderado de la televisión, dificulta la realización de tareas complementarias, aleja de la lectura y arruina el tiempo de la reflexión. La docencia de la identidad nacional, de los valores cívicos y la corrección del idioma, se ven enfrentados a una avalancha de libertinaje extranjero, de desplantes y expresiones que la neutralizan.

Los Obispos de Venezuela denunciamos con particular énfasis los atentados a los derechos del niño, especialmente el de ser educado. Constituye un contrasentido el hecho de que las horas de mayor violencia sean las destinadas a los niños. Los dibujos animados que deberían ser arquetipos de ética y de estética compiten en violencia cósmica, llevados por monstruos cuya dinámica es la fuerza bruta, las siembras de destrucción y muerte. Por otra parte, se impone evitar la participación de los niños en novelas escabrosas, que los convierten en receptores y pañales de las más truculentas y degradantes temáticas que dañan su salud mental.

Los Medios de Comunicación Social deben servir para concientizar al hombre, estimular su participación y su contacto constructivo con su semejante. Todo cuanto lo degrade debe ser extraño a los mismos. A veces es posible manipular al hombre hasta con valores positivos mediante la saturación y la polarización que no lo alejan de sus intereses fundamentales.

## ORIENTACIONES

Hechas las anteriores comprobaciones, que no pretenden en modo alguno absolutizar deficiencias y abusos, ni expresar una interpretación pesimista de los Medios de Comunicación Social, los Obispos de Venezuela:

1.- Felicitamos y estimulamos a aquellos hombres y mujeres que en diferentes niveles dedican sus vidas al quehacer comunicacional, con miras a construir un mundo más humano, más justo y solidario. Al mismo tiempo los convocamos a centrar su acción comunicacional en la promoción de los valores de las personas y de las comunidades, en la defensa de sus derechos y en el estímulo de sus deberes en una perspectiva de bien común.

2. Exhortamos a los propietarios y directivos de los Medios de Comunicación Social a potenciar los elementos positivos y a redimensionar sus políticas a fin de salvaguardar la dignidad de la persona humana, el bien de la familia y de la escuela, la libertad de expresión, la recta información, en resguardo especialmente de los niños y jóvenes de nuestra patria.

Les pedimos que sigan iguales criterios positivos cuando se trate de obras para la exportación, puesto que todos los hombres somos responsables de promover un mundo sano.

3. Alentamos todas aquellas iniciativas tendientes a la formación de los "perceptores", a fin de lograr su participación y su capacitación crítica constructiva.

4. Exhortamos a los agentes de pastoral, a los educadores y a los padres de familia a tener en cuenta la importancia teórica y práctica de la comunicación social en su tarea evangelizadora y formativa en general.

5. Apoyamos la búsqueda de formas alternas de información y comunicación social que favorezcan una mayor participación de las personas y sus comunidades.

6. Reafirmamos el derecho que asiste a la Iglesia "de usar y poseer todo género de medios de este orden, en cuanto sea necesario o útil para la educación cristiana y para su obra de salvación de las almas" (6), derecho que los Obispos en Puebla ratificaron al exhortar a la Iglesia de América Latina a tener "canales propios de información y de noticias que aseguren la intercomunicación y el diálogo con el mundo".

En este sentido aplaudimos la concesión que el Gobierno Nacional ha dado a la Arquidiócesis de Maracaibo para el funcionamiento en fecha próxima del "Canal 11 del Zulia", así como el respaldo a algunas Diócesis para lanzar o mejorar proyectos radiofónicos. Apoyamos todas estas iniciativas en orden a disponer de medios de Comunicación de la Iglesia, acogiendo las palabras del Papa Juan Pablo II a los participantes en la Asamblea Plenaria de la Pontificia Comisión para las Comunidades Sociales: "la Iglesia debe tener sus propias estaciones de radio y televisión"; sin embargo, encarecemos a los responsables de estos Medios de la Iglesia a una actualización permanente tanto técnica como de un contenido evangelizador y una mayor coordinación de trabajo a nivel nacional.

7. Conscientes de la participación de los Medios en la suerte de la humanidad, acentuamos la urgencia de formar y actualizar, de manera metodológica, a sacerdotes y seminaristas en la comprensión y utilización técnica pastoral de los Medios de Comunicación Social en su multiplicidad de fases: audiovisual en macro y micro medio, prensa y radio. De esta manera el mensaje humanizador y trascendente de la fe encontrará el lenguaje adecuado para el hombre contemporáneo, según reciente documento de la Sagrada Congregación para la Educación Católica: "Orientación sobre la formación de futuros sacerdotes, para el uso de los instrumentos de Comunicación Social".

8. Estimulamos la unión de comunicadores católicos, quienes en viva comunión eclesial descan profundizar, en cuanto tales, su papel en la Iglesia y en la sociedad.

Nosotros, los Obispos de Venezuela, pedimos a Cristo, divino Comunicador, que envíe la luz de su Espíritu a las mentes y a los corazones de todos los hombres y mujeres operarios de la Comunicación Social, para que, llenos de amor a la persona y a las comunidades humanas, sean creadores de un mundo nuevo donde la comunicación constituya un sólido apoyo al desarrollo de los pueblos, en la verdad, la libertad, la justicia, la solidaridad y la paz.

## CONFERENCIA EPISCOPAL VENEZOLANA

47a. Asamblea Plenaria Ordinaria  
Caracas, 7 - 15 enero 1987

- |     |                            |
|-----|----------------------------|
| (1) | Communio et Progressio, 14 |
| (2) | Puebla, 1064               |
| (3) | Puebla, 1065               |
| (4) | Inter Mirifica, 2          |
| (5) | Puebla, 1062               |
| (6) | Inter Mirifica, 3          |
| (7) | Puebla, 1092               |