

44-45

perspectivas de diálogo

**medios de
comunicación:
conflicto y desafío**

perspectivas de diálogo

Año V — Junio - Julio 1970 — Nº 44-45

director: Andrés Assandri

equipo redactor: Centro Pedro
Fabro

Miguel Artola
Horacio Bojorge
Ricardo Cetrulo
Juan Luis Segundo
Darío Ubilla
Roberto Viola

secretario: Jorge Scuro

caratulista: Yim-Cheung-Koon

impresión: Escuela-Imprenta
"Don Orión"

redacción y administración: Agra-
ciada 2974 - Montevideo
tel. 2 74 66

con la debida aprobación

Suscripción 1970 (10 números)

En Uruguay: \$ 700

En Argentina: \$ 10.50 (1.050 m/n.)
cheques o giros a: Vicente Pe-
llegrini, Palpa 2440 - Bs. As.
(cap. fed.)

En otros países:
correo ordinario: U\$S 3
correo aéreo: U\$S 7

Orden de pago:
contra el "Banco Comercial"
(Uruguay), a nombre de
Andrés Assandri

105 Editorial.

107 Desventuras de un "productor de programas
culturales".

Roberto Viola

111 Medios de comunicación: ¿instrumentos de
cultura?

Ricardo Cetrulo

116 Informe.

122 Opinión pública en la Iglesia.

Manuel Olivera

129 Pueblo, fe y alienación.

Mario Kaplún

136 La ideología de un diario católico.

Juan Luis Segundo

145 Imagen de la Iglesia en la Prensa monte-
videana.

Pablo Dabizis

155 Rol de las revistas en América Latina.

Héctor Borral

159 Perú: liberación vs. MCS.

a) Las clases sociales y la difusión de
noticias.

Alberto Miranda

b) El enfrentamiento.

Andrés Assandri

realidad y desafío de los medios de comunicación

Desde que la Iglesia comenzó a confrontarse en su realidad más íntima con el mundo, reencontró el sentido de una historia que se construye en el dolor del conflicto, y clarificó su función de servicio a la humanidad.

La tarea de construcción del mundo adquirió, al concretarse en las realidades humanas y sociales de América Latina el carácter de una lucha por una sociedad más justa, más humana, y de un compromiso para hacer eficaz el amor a los hombres que no es tal, si no pasa por la transformación de sus condiciones de vida.

Su tarea evangelizadora se concibió no como una evasión hacia un más allá meta-histórico, sino como el descubrimiento y la proclamación de la Palabra, allí donde se está jugando la historia real de los hombres, y por lo tanto, allí donde se está construyendo lo definitivo y trascendente: el amor que, a través de formas concretas ambiguas y desconcertantes se ve trabado por las manifestaciones —burdas o sutiles— del egoísmo que campea en nuestros actuales sistemas sociales.

En ambas tareas se trata de restituir al hombre alienado, la conciencia de sus posibilidades como creador de su historia, como colaborador de Dios en un vasto proyecto de humanización. En ambas tareas se plantea el problema de la comunicación: ¿cómo llegar al hombre? ¿cómo comunicarse **realmente** con él?

En busca de respuestas, aparece ante la Iglesia esa compleja maquinaria que cada día nos deslumbra con nuevas realizaciones: los medios de comunicación. Parecería, a primera vista, que el progreso de la técnica ha puesto a disposición de la Iglesia los instrumentos ideales para llegar a **todos** los hombres, para multiplicar casi ilimitadamente la proclamación de su Palabra, y para alcanzar al hombre en su profundidad a través del sonido, la imagen, la palabra escrita.

En realidad, en los documentos oficiales más recientes(desde el Concilio hasta el presente), las reflexiones sobre los medios de comunicación como instrumento apto para la realización de la tarea de la Iglesia ocupan un lugar importante. Se admiten, es cierto, sus ambigüedades, pero por encima de ellas, se afirman sus riquezas y posibilidades. No se quiere caer nuevamente en el viejo "oscurantismo" que veía en cada progreso una amenaza. Pero nos preguntamos; ¿no se cae entonces en una ingenuidad?

Porque al hacer una evaluación tan positiva sobre los medios de comunicación parece olvidarse que ellos no son simplemente instrumentos técnicos al servicio de quien los desea usar, sino que están insertos en un sistema social, como parte esencial de las estructuras de poder que lo dominan.

El presente número de PERSPECTIVAS DE DIALOGO está dedicado al análisis de ese contexto que limita de una manera tan radical las potencialidades positivas de los medios de comunicación.

Podría argüirse que nuestros artículos ponen el acento en la negatividad. Y es cierto. Pero ello se debe a que, una a una, hemos visto cerrarse las puertas para una posible utilización de los medios de comunicación en una tarea de concientización. En nuestro país, —y probablemente sea tanto o más cierto en el resto de A. L.— no se trata de teorías sino de hechos que día a día nos han llevado a nuestra convicción actual.

Por un lado, las exigencias comerciales de "adaptación al gusto popular" para no perder público, rebajan sistemáticamente la calidad de los contenidos de los diversos medios de comunicación. Pero además, y sobre todo, el progresivo control del poder político tiende a eliminar la información crítica, los problemas polémicos que hacen pensar, favoreciendo las banalidades masificantes y positivamente utilizando los medios de comunicación como instrumento de propaganda y sistemático endoctrinamiento.

Hemos sido testigos en los últimos años de la desaparición progresiva en la TV de programas polémicos de alto valor formativo de las conciencias mediante la libre discusión de problemas candentes. Los lectores uruguayos recuerdan sin duda con añoranza "Sala de audiencias" o "Las dos campanas", y a esta altura del año, se preguntarán qué ha pasado con "Cristianos sin censura", o con las intervenciones siempre interesantes del P. Spadaccino en "Conozca su derecho", o con "Mediodía con Vd.", por no citar sino algunos ejemplos caseros.

Claro está que no se llega a estos "logros" por enfrentamientos directos con el poder político: existen mecanismos más sutiles pero no menos eficaces, que aparecen como una autocensura disfrazada con argumentos de índole comercial más que política.

Tal la respuesta de algunas emisoras radiales desinteresándose bajo especiosos motivos, de una serie de audiciones ya preparadas sobre los documentos de Medellín.

En una línea más desembozada estaría la intervención de la embajada americana —citada por Noticias Aliadas— ante las autoridades de un canal montevideano, para impedir que el P. Oliva, recientemente expulsado del Paraguay por el gobierno, tuviera una actuación ante las cámaras. Aunque, a fuer de sinceros, debemos reconocer que habiendo sido interrogado un funcionario de la citada embajada por un periodista, negó tal intervención...

La lista podría seguir... y explicar aun más nuestro pesimismo sobre la posible utilización de los medios de comunicación para una tarea cultural de concientización: el contexto económico y político en que ellos actúan, los condiciona para ser exclusivamente instrumentos de masificación y alienación.

¿Qué caminos quedan a la Iglesia? ¿Le es posible financiar los enormes costos requeridos para poseer sus propios medios de comunicación? ¿Pueden éstos sostenerse sin entrar en la competencia del mercado publicitario?

La compleja realidad que analizamos en este número parece sugerir más bien otro camino. La concientización debe abrirse su propia huella con espíritu creador. No se podrá disponer de instrumentos masivos, pero eso obligará a intensificar la "calidad" de la comunicación, a niveles más reducidos en número pero que llegan a una mayor profundidad en el hombre. Y esto es, a largo plazo, más eficaz.

PERSPECTIVAS DE DIALOGO.

desventuras de un “productor de programas culturales”

roberto viola

Por inclinación natural siempre me ha gustado más “hacer televisión” que “escribir sobre televisión”.

Ahora bien, en la imposibilidad de “hacer televisión” escribamos algo sobre ella. Todo mi esfuerzo tiende a demostrar que la situación de mudez obligatoria en que me encuentro —y conmigo tantos otros— no es el golpe inesperado de la “mala suerte”, sino la consecuencia lógica de una opción de base: el “programa cultural”⁽¹⁾.

Haber estado en el aire cinco años —con ese tipo de programas— fue sí una racha de “buena suerte”. Hoy se cortó, como toda racha.

Espero poder probar mi tesis haciendo un somero recuento de las dificultades que debe superar quien, en este país, tenga un día, la “loca idea” de hacer “programas culturales”.

Imaginamos, lector, lectora, que eres tú quien tuvo esa “loca idea”. Un día se te ocurrió un programa. Escribiste el esquema, lo cronometraste, calculaste costos, vistes posibilidades, imaginaste al público.. Luego hicistes un pequeño pero prolijo estudio, ni

demasiado largo ni demasiado corto. Tienes tu carpeta lista. Entonces te pones en movimiento, siendo el primer paso interesar a uno de nuestros canales.

1 — Entrevista con el Canal

Luego de algunas idas y venidas, consigues entrevista con uno de los ejecutivos.

Te recibe amablemente (en el mejor de los casos). Te invita a sentarte en un confortable sillón de su confortable oficina.

—“¿Un café?”

—“Con mucho gusto”.

Llama por teléfono:

—“Por favor, dos cafés, aquí...”

Le dices que, bueno, vienes a ofrecerle un programa que, modestia aparte, te parece logrado; que necesitarías un buen horario, dado que pretender llegar a un público que sólo ve TV luego de las 20 horas. Porque tu programa quiere hacer (y lanzas la palabra fatídica) “pensar a la gente”.

El ejecutivo te interrumpe.

—“¿Un programa cultural?”

—“Dentro de ese tipo, si Ud. quiere, pero original” — te apresuras a agregar.

De aquí en adelante ya no hablas más. El ejecutivo toma la palabra con un gran respeto y te explica pacientemente. “Ud. sabe, el canal lo que pretende es **precisamente**

(1) Entiendo “programa cultural” en el sentido amplio de la palabra, englobando todo programa con una intención didáctica, de concientización de cultura, programas que llevan un contenido, un mensaje. El género de estos “programas culturales” puede ser muy diverso: periodístico, teleteatro, teleclub, etc.

programas como el suyo, que eleve la cultura de nuestros pueblos, a cuyo servicio estamos. Pero **primero**, hay que ganar al público, que el "gran público" se acostumbre a sintonizarnos. En una palabra, conquistar "audiencia". Supongamos, ahora, que yo le doy a Ud. entre 21 y 22 hs. el espacio que me pide para su programa. Yo le pregunto: nuestro colega, el del otro canal, ¿qué tiene en el aire a esa misma hora?"

Momento de silencio. Tú te mueves incómodo en el sillón, pues nunca se te ocurrió aprenderte de memoria la programación de los canales entre 21 y 22 horas.

"Un programa cómico —continúa triunfalmente el ejecutivo— una serial de aventuras, una tele-novela... y su programa, su excelente programa, ¿qué audiencia va a tener? ¿El 10 %? ¿El 8 %? Quizás no llegue al 4 %. El canal pierde, Ud. pierde porque no llega a donde quisiera llegar... Todos perdemos..."

A esta altura de la conversación, tú ya has comenzado a poner tus carpetas en el portafolio.

—"O sea, ¿no hay ninguna posibilidad?"

—"No digo eso. A mí su idea me gusta. La voy a proponer en el directorio, pasado mañana y el jueves lo llamo. ¿Su número de teléfono, por favor?"

Antes de salir, ya en la puerta, te pregunta:

—"¿La financiación?"

—"Ya tengo conseguida toda la publicidad. Por ese lado no hay problema"

Te vas con la efímera alegría de haber desconcertado, en los segundos de "alargue", al ejecutivo.

El jueves, por supuesto, nadie te llama.

El viernes, llamas al canal y te responden que "el Sr. "X" está ausente hasta el lunes, en un viaje urgente, a Buenos Aires, por un video-tape". El lunes te comunicas y te responde la secretaria diciéndote que "el Sr. X te pide que lo disculpes. Está en una reunión; pero te dice que no hay novedades sobre el asunto. Cualquier cosa, él te llama, que no te preocupes... ¿Su número de teléfono, por favor?"

2 — Entrevistas con firmas comerciales

Con todo, esa semana no fue perdida para tí, pues la mentira con que cerraste la entrevista con el ejecutivo, te dejó pensativo. "Quizás, convendría, desde ya, ponerse en campaña para conseguir publicidad".

Tienes dos o tres nombres en tu agenda: Empresas que mueven grandes capitales. Además tú conoces al gerente de una...

Luego de pasar por una serie de secretarías, te recibe el gerente, quien te envía al director de publicidad: "Un muchacho muy bueno y católico —te dice—. Yo lo voy a llamar personalmente..."

El "buen muchacho", lo primero que te dice es que el gerente le habló... Tú piensas "esto marcha". Y "de nuevo" propones tu "excelente proyecto"... Todo va bien, hasta que hablas de programa "con un contenido".

Instantáneamente, el rostro del "buen muchacho" se ensombrece: "Ud. sabe, nuestra firma es estrictamente aconfesional". Responderás rápidamente. "Pero no. Yo no pretendo hacer un programa **confesional**, sino un programa que lleve un mensaje".

"¿Y todos los integrantes del directorio estarán de acuerdo con ese mensaje? Ud. sabe, los momentos que pasamos son difíciles y complejos... Y si el mensaje que Ud. da (y que yo, desde ya, le doy un voto total de confianza tratándose de Ud.) no le gusta a nuestros consumidores... y nuestra firma aparece sustentando tales o cuales ideas... me entiende? Además (en este momento el encargado de la sección publicidad toma un aire de paternal superioridad) le voy a decir: yo conozco al dedillo la TV. Es mi medio. Le aseguro, la gente (¡desgraciadamente!) no escucha ese tipo de programa. Lo que le interesa son tiros, sexo, violencia, risa... la gente va a la TV para "pasar un rato". **Problemas tuvo todo el día...** Está harta de problemas. Busca divertirse".

"Entonces Ud. me aconseja que continúe con "el Amor tiene cara de mujer". (Ríe) (2).

(2) Teleteatro sentimental y vacío de contenido de enorme popularidad.

"No me tome a mal; yo estoy con Ud. Hay que educar a la gente; pero no podemos ignorar la realidad".

El fin es el mismo. El jueves, a más tardar el viernes, te llama... "¿Su número, por favor?"

La segunda dirección que tienes en tu agenda quedaba a pocas cuerdas. Sin mucho ánimo decidiste probar fortuna.

Allí las cosas fueron más expeditivas. La señorita encargada de la publicidad te recibió inmediatamente; pero apenas comenzado tu discurso te interrumpe: "Mire, señor, este año la firma ha rebajado el presupuesto destinado a publicidad. Tenemos ya mucha dificultad en cumplir con los compromisos contraídos... En julio (estamos en marzo) va a ver un reajuste, algún programa concluye. Entonces, si hay algo yo le aviso. ¿Su número, por favor?"

En la tercera entrevista es el propietario de una red de supermercados quien te recibe... Te conoce desde la infancia, condiscípulos, compañeros del "Seminario". Tu amigo "de la infancia" no te ofrece un café, sino un whisky y comentarios como: "Te acordás de la "chancha". ¡Qué años aquellos!"

Llegado el momento y un tanto torpemente (pues a esta altura de los acontecimientos, exponer tu programa te da la misma impresión que pedir limosnas) propones tu idea de hacer un programa televisivo...

"Cuanto me alegro que estés en eso. La falta que hacen buenos programas en la TV. Hoy, no hay nada. Los chiquilines ven nada más que violencia y sexo... Es increíble. Hace falta sanear las cosas. Gente como tú, con principios, con ideas... Pero lamentablemente por el momento, no creo poder ayudarte. Estamos viviendo un momento que tú no te imaginas... Te digo, no sé si vamos a poder sobrevivir. Y tenemos la obligación cristiana de cuidar la empresa, pues es el "puchero" de mi familia y la de todos los empleados y obreros. Los impuestos son oprimientes y uno comprende a la gente que se va del país..."

Tan elocuente es tu amigo que al final de la entrevista, pasadas las 12, sientes deseo

de dejar sobre su escritorio una modesta donación para su empresa... En fin, todo no fue perdido, pues te alcanzó en su magnífico Mercedes Benz hasta la parada del 427.

3 — Reflexiones de un fin de semana

Ese fin de semana lo pasas encerrado en tu casa, con un humor de perros... ¡Que nadie te moleste, porque debes trabajar...!

He aquí el núcleo de esas reflexiones. Obviamente tu primera duda se centró sobre la calidad de tu proyecto. Quizás tu "programa cultural" no sea tan genial... Después de todo quienes dificultan su aparición no son enemigos personales tuyos. Por el contrario...

Entonces el proyecto en sí debe tener alguna falla. Lentamente sacas de tu portafolio la carpeta con los originales. La abres y la pulcritud de las hojas te hace caer en la cuenta de un dato fundamental: **NADIE ESCUCHO TU PROYECTO.** Por consiguiente, la negativa no puede provenir del armado del mismo.

La frialdad se creó en el momento mismo que calificaste a tu proyecto de programa "cultural" o "educacional" o "con un contenido"...

¿Por qué?

La primera prevención contra ese tipo de programa provenía del "ranking". "Tu programa" no es competitivo." Los diversos canales de TV se disputan los televidentes en forma encarnizada. ¿Cuál de ellos los reúne en mayor número y por mayor tiempo? "No toque botón, ya viene..." que es una forma de decir: "No se pase al enemigo..."

En TV triunfa quien levanta más alto el número de clientes.

Ahora bien, es opinión universal, que los programas culturales, por lo general, no arrastran multitudes tras de sí. Y, por ende, no son competitivos.

La indignación te invade. Murmuras: "alienación, opio, pan y circo, evasión, anti-pueblo"...

Es preferible que te serenes y sigas analizando los hechos. Así descubres que el mismo esquema actúa en aquellos que podrían

financiar el programa.

Una firma dedica una cifra elevada de su presupuesto en la publicidad porque espera, de este modo, acrecentar el monto de sus ventas, y, por ende, de sus ganancias.

No es necesario ser Aristóteles para darse cuenta que este mecanismo está íntimamente relacionado con la popularidad de un programa. De esta forma el jefe del departamento de publicidad de la firma en cuestión, irá a la reunión de directorio y tendrá el gusto de decir: "Señores, el programa que financia la firma de Uds., posee el 60 % de la audiencia. Esto quiere decir que el nombre y la imagen de su producto está entrando en prácticamente **todos los hogares uruguayos**", etc.

El jefe del departamento de publicidad posee el mismo esquema que el ejecutivo del canal.⁽³⁾

La segunda previsión contra tu tipo de programa proviene directamente del contenido del mismo. Precisamente tu famoso "contenido" ¿no va a generar un sinnúmero de problemas?

¿A quién vas a llevar a la TV? Hoy día en que tantas son las infiltraciones marxistas, no será la tuya una más? Y ¿qué pasa si los directores advierten un día que están propiciando un programa que les "serruchaban las patas de la silla"?

El "programa cultural" ofrece todas las dificultades juntas con muy pocas ventajas.

En este momento del fin de semana la carpeta con tu programa está dentro de un cajón, porque te das cuenta que la dificultad proviene directamente del "**género literario**" elegido por tí.

Con todo durante 5 años —una veces so-

lo, otras en equipo— hice programas (culturales) de TV (en el sentido amplio de la palabra).⁽⁴⁾

Porque a pesar de la estructura descripta más arriba, encontré canales que aceptaron vender una hora, y firmar comerciales que no juzgaron dinero perdido propiciar este tipo de programas, con otras metas que la mera ganancia económica. Eso fue sin duda una "buena racha". La mudez obligatoria de hoy no es pues una sorpresa sino un avatar muy previsible.

Sin embargo, hoy, Uruguay 1970,⁽⁵⁾ a más de los obstáculos estructurales planteados más arriba, vivimos una progresiva y constante restricción en la libertad de palabra. Acción eficaz y poderosa y que actúa en diversas zonas. Lo más llamativo está constituido por el cierre definitivo o parcial de algunos grandes periódicos. Pero en torno a estos acontecimientos se genera un ambiente de temor, de desconfianza que cohibe indiscutiblemente. Los canales no tienen interés en complicarse la vida, y (con prescindencia del punto de vista de sus dirigentes) ese solo hecho obstaculiza aún más la aparición o continuación de programas con "mensaje".

En el nivel de las firmas comerciales se produce un fenómeno similar.

Los mismos conductores de programas viven presiones muy fuertes, a más de tener vedado el tratamiento de los temas más apasionantes actualmente para el público.

Las carpetas se siguen acumulando en los cajones...

"Pero un día habrá de ser
que la suerte del compadre
pa' su bien ha de cambiar..."

(3) N.B. El autor de estas líneas recuerda la reacción de un jefe de publicidad cuando le exponía otro tipo de razones diferentes a las económicas, para propiciar un "programa cultural": "Mire yo soy jefe del departamento de publicidad y no jefe del departamento de beneficencia."

(4) Los años 62 y 63 el autor hizo un programa semanal llamado "Aprendamos a vivir". Bajo la forma de teleteatro se tocaban temas de actualidad con una finalidad de educación popular.

Los años 67, 68 y 69 en unión con otros dos periodistas de televisión trabajó en un programa semanal llamado "Cristianos sin Censura". En dicho pro-

grama y bajo la forma de mesa redonda se tocaban los temas más importantes de la Iglesia actual y de nuestra realidad, bajo su ángulo cristiano. El año 70 el canal rehusó renovar el contrato (nota de la redacción).

(5) El Uruguay en los años 68, 69 y 70 fue conociendo una progresiva restricción en la libertad de expresión. El gobierno amparándose en "las medidas prontas de seguridad" clausuró periódicos algunas veces en forma provisional a modo de sanción y otras definitivamente, a más de crear un clima de desconfianza —como el articulista lo señala. (nota de la redacción).

medios de comunicación: ¿instrumentos de cultura?

ricardo cetrulo

El presente artículo pretende ser una reflexión sobre las implicaciones de los hechos señalados por Roberto Viola, y una reflexión crítica, por lo cual conviene señalar, desde el comienzo, a qué nivel se va a situar.

Las voces críticas que se suelen levantar contra el más moderno de los medios de comunicación, la TV, centran frecuentemente sus ataques en el impacto psicológico que produce esta técnica específica de comunicación a través de la imagen. Se preguntan por ejemplo, si las largas horas de exposición en actitud pasiva frente a la imagen, no van a ejercer, a largo plazo, efectos negativos sobre el desarrollo de la personalidad y la capacidad intelectual de las nuevas generaciones.

Más allá de este cuestionamiento, se suelen enjuiciar asimismo los contenidos de un número grande de programas en que campea la violencia, y que tenderían a formar caracteres habituados al crimen, a la agresividad desenfrenada, etc.

Sin negar la validez de estos planteos de tipo psicológico, parecen, sin embargo, insuficientes por cuanto consideran al medio de comunicación *impersonalmente enfrentado al individuo*.

Ahora bien, el artículo de R. Viola sugiere una reflexión más amplia sobre los medios de comunicación como un poder personalizado, y

por tanto con una intención, en el contexto de una sociedad con un determinado sistema económico y político, y *enfrentados no ya al individuo sino a un público*, frente al cual se definen como instrumenteos de cultura. ⁽¹⁾

Y en este contexto nos preguntamos: ¿son realmente los medios de comunicación lo que pretenden ser?

Los hechos señalados en el artículo precedente parecen sugerir una respuesta negativa. En efecto, en una primera aproximación, podemos decir que mientras el criterio para la selección de un programa sea el "ranking" potencial —el porcentaje de audiencia previsible— o sea, su capacidad de triunfar sobre sus eventuales competidores de otros canales, no podemos esperar, de la TV en este caso, ⁽²⁾ más que una *adaptación* al gusto del *gran público*. Y el gusto del gran público va en la línea de la diversión fácil, de lo que no exige esfuerzo, y, si es posible, de lo que satisface dentro de ciertos cánones éticos más o menos elásticos e indefinidos, las espontaneidades instintivas del

(1) Aunque Viola se refiera explícitamente a la TV, lo que aquí digamos vale igualmente para los otros medios de comunicación habida cuenta de sus modos específicos de expresión.

(2) Insistimos en que lo dicho de la TV vale también, con sus debidas adaptaciones, para los demás medios de comunicación.

hombre. Es decir, que al obrar así, los medios de comunicación se dirigen a lo que es masivo en el hombre.

Pero, ¿no es ésta una respuesta demasiado simplista? Porque se puede inmediatamente argüir que los medios de comunicación son precisamente "mass media" —medios masivos— y que, por tanto, su función es transmitir una cultura, pero una "mass culture", la cultura que corresponde a una *sociedad de masas*.

Descubrir la significación de los medios de comunicación en la sociedad global, supone que nos detengamos en el análisis de esta expresión "sociedad de masas" con la cual se los relaciona no sin una excesiva desaprensión y peligrosa ambigüedad.

Ello nos permitirá dilucidar, en primer lugar si los medios de comunicación son masivos porque se dirigen a la masa, o porque la crean. En segundo lugar si el carácter masivo, así entendido, es inherente a los medios de comunicación, o si depende del sistema económico y político de la sociedad. Y, en tercer lugar, qué características específicas adquieren los medios de comunicación en los países sub-desarrollados.

I

Medios de comunicación y sociedad de masas

Conviene desde el comienzo despejar el equívoco frecuente según el cual se identifica la masa en una sociedad con todos los grupos humanos que carecen de poder de decisión en contraposición a elite o minorías dirigentes e influyentes. Tal parece ser el equívoco de los documentos de Medellín en sus capítulos sobre Pastoral de masas y Pastoral de elites, en los cuales, si bien no se define explícitamente la noción de masa, se puede deducir de la definición descriptiva de elites: "Las elites son, en nuestro contexto, a) de modo general: los grupos dirigentes más adelantados en el plano de la cultura, de la profesión, de la economía y del poder; b) de modo especial: dentro de estos mismos grupos, las minorías comprometidas

que ejercen una influencia actual o potencial en los distintos niveles de decisión cultural, profesional, económica, social o política". (3) Masa, en contraposición, serían los grupos populares y mayoritarios marginados del poder, de la influencia, y de la decisión en sus diversos niveles.

No se niega aquí la validez de esta división de la sociedad en esas dos grandes categorías. Lo que se niega es que sea éste un fenómeno específico de la sociedad actual: en todos los sistemas sociales de todos los tiempos han existido masas y elites en el sentido indicado. Con lo cual, —de ahí el equívoco—, se pierde la significación original de la expresión "sociedad de masas".

Porque, en efecto, ella designa una realidad compleja característica de las sociedades que han llegado a un alto grado de industrialización, y es, en cierta manera, su consecuencia.

Sin entrar en análisis económicos que no son de nuestra competencia, retengamos solamente un aspecto relevante para nuestro problema. Lo típico del fenómeno de la industrialización, es que, llegado a cierto umbral avanzado del proceso, se entra en una dinámica irreversible y vertiginosa, en que la exigencia de producir más y de lanzar nuevos productos, se convierte en condición para la supervivencia de todo el sistema. Pero obviamente, esto plantea, correlativamente, la necesidad de mantener una dinámica paralela en el consumo, o, vulgarmente hablando, es necesario que la gente compre. Y para eso no basta un alto poder adquisitivo, sino que debe agregarse la motivación concreta para comprar tal artículo, o sea la "necesidad" del nuevo producto. A este nivel de creación de nuevas necesidades —"falsas necesidades"— se sitúan precisamente los medios de comunicación en cuanto instrumentos de publicidad y endoctrinamiento. Porque no puede haber garantías de que el consumo va a seguir el ritmo creciente de la producción si no se dominan los mecanismos conducentes a suscitar conductas quasi-automáticas en el consumidor y no se poseen los medios para llegar al gran público. Lo primero lo proporciona la ciencia —o al menos una cierta orientación de la ciencia— que al estudiar las regularidades de las conduc-

(3) 2ª Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Medellín, 1968. Ed. Centro Nacional de Medios de Comunicación. Montevideo, p. 95.

tas instintivas del hombre abre el camino a la manipulación. Lo segundo corre por cuenta de los medios de comunicación.

La operación consiste en presentar los productos asociados con símbolos que desencadenan los dinamismos instintivos del hombre, ya sean símbolos sexuales, —imágenes provocativas, voces sugestivas— o símbolos de prestigio— el producto presentado en un marco material superior al del hombre medio— o de éxito personal etc.

Se supone que el “bombardeo” sistemático del lector, del oyente o del televidente va debilitando las “defensas” conscientes, (la capacidad de pensar y juzgar el valor del producto, o su real necesidad) hasta lograr la conducta esperada: el consumo.

En suma, la sociedad industrial ⁽⁴⁾ para subsistir, debe ser una sociedad de consumo, y para que ésta exista deben de crearse las condiciones que hagan posible las respuestas masivas mediante la manipulación de lo instintivo, en el hombre.

Lo dicho hasta aquí no sería en sí mismo grave, por cuanto parece afectar simplemente las conductas de consumo, es decir, sólo un sector de la vida del hombre. En este sentido, la sociedad de masa no haría otra cosa que aligerar la tarea de elegir en un ámbito finalmente banal: cómo vestir, qué alimentos preferir, qué jabón usar, etc.

Sin embargo la manipulación de los medios de comunicación aun dejando de lado el contenido de lo no-publicitario, va más allá de las meras conductas de consumo. El impacto de la publicidad no se limita a suscitar conductas automáticas en un sector restringido de la vida del hombre, sino que comunica un orden de prioridades de sus necesidades, en el cual las verdaderas necesidades humanas totalizadoras, dejan su lugar a las necesidades instintivas, exclusivizadas y autónomas. Comunica por tanto una valoración del óptimo humano al que debemos tender, pero ese óptimo humano

es, por usar una expresión dura, el no-hombre identificado a su no-libertad: el hombre alienado.

La sociedad de masas, más que una inocua sociedad de consumo, es una sociedad incapaz de tomar conciencia de su propia esclavitud; y los medios de comunicación que la originan, aparecen a esta luz, no como instrumentos de cultura creadora, sino de represión: actúan a modo de anestesia, impidiendo al hombre su liberación. ⁽⁵⁾

Cabe preguntarnos a esta altura si los medios de comunicación son *necesariamente* esto, o si más bien su función depende del sistema económico y político de la sociedad, entendiendo por tal no los aspectos jurídicos formales que lo expresan, sino los informales, pero no por eso menos reales, que se apartan en mayor o menor grado de la norma aceptada. De ahí que antes de considerar la función de los medios de comunicación en nuestras sociedades subdesarrolladas, analizaremos cómo se han insertado en la sociedad americana, en los diferentes momentos de su proceso de industrialización.

(5) Refiriéndose a la sociedad industrial, de la cual hemos venido hablando, dice Marcuse: “El rasgo distintivo de la sociedad industrial avanzada es la asfixia efectiva de aquellas necesidades que requieren ser liberadas... mientras que sostiene y absuelve el poder destructivo y la función represiva de la sociedad opulenta. En ella los controles sociales exigen la abrumadora necesidad de producir y consumir el derroche; la necesidad de un trabajo entorpecedor cuando ha dejado de ser una verdadera necesidad; la necesidad de modos de descansar que alivian y prolongan este adormecimiento; la necesidad de mantener libertades engañosas tales como la libre competencia a precios administrados, una prensa libre que hace su propia censura, una libertad de escoger entre marcas de fábrica y artefactos. Bajo el gobierno de un todo represivo, la libertad se puede convertir en un poderoso instrumento de dominación. Lo extenso de la selección abierta al individuo no es factor decisivo para determinar el grado de libertad humana, pero sí lo es lo que se puede escoger y lo que es escogido por el individuo. El criterio para la selección no puede nunca ser absoluto, pero tampoco es del todo relativo. La libre elección de amos no suprime ni a los amos ni a los esclavos. Escoger libremente entre una amplia variedad de bienes y servicios no significa libertad si estos bienes y servicios sostienen controles sociales sobre una vida de temor y trabajo. esto es, si sostienen la alienación.” H. MARCUSE. *El hombre unidimensional*. México, Ed. Montiz, 1968, pp. 29-30.

(4) Nótese que en todo este capítulo hemos tenido en vista una sociedad altamente industrializada. Como veremos más adelante el problema adquiere, en los países sub-desarrollados, características especiales.

II

Medios de comunicación y proceso de industrialización.

De la sociedad industrial avanzada que hemos analizado en el apartado anterior dice Marcuse "que tiende a ser totalitaria. Porque "totalitaria" no es sólo una coordinación política terrorista de la sociedad, sino también una coordinación técnico-económica no-terrorista que opera a través de la manipulación de las necesidades por intereses creados. Previene por tanto el surgimiento de una oposición efectiva contra el todo. No sólo una forma específica de gobierno hace posible el totalitarismo, también un sistema específico de producción y distribución que puede muy bien ser compatible con un "pluralismo" de partidos, periódicos, "poderes compensatorios", etc. (6)

Paradójicamente el país que realiza más acabadamente el tipo de sociedad industrial, los Estados Unidos, es el que se define a sí mismo como tipo de democracia ideal, y ha logrado crear un, hasta hace pocos años, incuestionado consenso entre sus miembros, en torno a esta noción.

Existe, pues, un hiato entre la imagen que el americano tiene de su sociedad, (aunque en los últimos años esa imagen se ha deteriorado) y la realidad profunda de la misma.

Pero, no obstante, esa sociedad ha pasado por etapas muy definidas en lo que los sociólogos llaman "proceso de modernización", y es probable que en las primeras formas del capitalismo americano la imagen haya estado más cerca de la realidad que en el presente.

En todo caso es cierto que la evaluación de los medios de comunicación en relación con el credo democrático varió sustancialmente.

Cuando la pequeña comunidad local tradicional va dando paso a una vida urbana más ampliada, que rompe el consenso convencional pero sitúa a los hombres en una red de relaciones impersonales, los medios de comunicación van a ser considerados como portadores de una doble función: librar del peso de la tradición al favorecer la comparación entre una pluralidad

de ideas, y suplir las funciones que en la comunidad local ejercían los encuentros y discusiones personales. Veamos algunos textos que se refieren a ese período:

"Cuando se empezó a especular acerca de las consecuencias de los medios de comunicación, algunos comentadores sociales pensaron que los medios masivos no harían nada menos que recrear el tipo de opinión pública informada, característica del "mitín del pueblo", en el sentido que los ciudadanos volverían a tener acceso casi de primera mano a una información sobre los problemas que requieran su decisión. La gente había perdido contacto con un mundo cada vez más grande, y los medios de comunicación lo pondrían nuevamente a su alcance. (7)

O bien: "En los primeros tiempos de los medios de comunicación, los observadores creyeron que su crecimiento en extensión y volumen iba a ampliar y animar al público primario. En tal visión optimista —escrita antes de la radio, la TV y el cine— los medios de comunicación eran considerados simplemente como multiplicadores de las discusiones personales. La situación actual —escribe Charles Cooley— "amplía indefinidamente la competencia de ideas, y todo lo que debe su persistencia meramente a falta de comparación, muy probablemente desaparecerá, puesto que sólo lo que encuentra eco en la mente del que elige será reforzado." Todavía excitado por la ruptura del consenso convencional de la comunidad local, Cooley vió los medios de comunicación como un impulso de la dinámica convencional de la democracia clásica, y con él, el crecimiento de la individualidad racional y libre. (8)

Visión positiva de los medios de comunicación que corresponde a la euforia de lo que Mills llama "democracia clásica", "basada en la esperanza de que la verdad y la justicia surgirán de la sociedad concebida como un gran aparato de libre discusión" (9)

(6) Op. cit., p. 25.

(7) Elihu Katz y Paul Lazarsfeld, *Personal Influence*, Glencoe, The Free Press, 1964, p. 15.

(8) C. Wright Mills, *Mass Society*, en Eric and Mary Josephson (ed.), *Man alone*, New York, Laurel Ed. 1964, p. 214.

(9) Op. cit., p. 203.

¿Cómo no reconocer en ello el paralelo del optimismo contemporáneo por la incipiente economía de mercado según el cual, de la libre competencia entre empresarios se seguiría el bien común?

La etapa ulterior se abre ya sobre el período contemporáneo; la caracteriza Mills como el paso de la "comunidad de público" a la sociedad de masas, que hemos analizado críticamente en el apartado precedente. Esta transformación del público en masa, unida por otra parte, a la aparición de la gran corporación, a la burocratización en gran escala, a la concentración de las decisiones a niveles cada vez más alejados del simple ciudadano, cambia radicalmente todo el sistema de relaciones humanas, y redefine la función de los medios de comunicación. Pero, cosa curiosa, la mayor parte de los sociólogos americanos no parece advertir la significación profunda de esta nueva situación. Y así pueden escribir en forma absolutamente "objetiva" y sin que sientan cuestionado por ello el credo democrático: "Las elites pueden mantener la protesta y el descontento a un nivel bajo y manipulable, mediante la satisfacción de necesidades elementales, sin sentirse obligados a concentrarse en otras más elevadas. La publicidad, los slogans, la manipulación de las necesidades eróticas o infantiles, y otras formas de propaganda, pueden distraer la conciencia del pueblo de preferencias más profundas, para concentrarse en las subordinadas."¹⁰ Texto que nos conduce hacia nuestra última pregunta: lo dicho hasta aquí de un país altamente industrializado, ¿puede en alguna forma servirnos de punto de referencia para comprender la significación de la sociedad de masas y de los medios de comunicación en países sub-desarrollados y dependientes?

III

Medios de comunicación y subdesarrollo

Cabe en primer lugar preguntarse qué sentido tiene hablar de sociedad de masas en paí-

ses no industrializados, supuesto que en el apartado primero señalamos la sociedad de masas como una exigencia de la industrialización avanzada.

Es cierto que los escasos polos de industrialización existentes en A. L. no son suficientes para generar la dinámica de la que hemos hablado antes. Es cierto, además, que en el contexto actual no existe ningún proyecto que encare la posibilidad de una seria industrialización en nuestros países aunque el lenguaje oficial a uso de las organizaciones internacionales parezca sugerir que con un poco más de esfuerzo, y un poco más de ahorro, y con un poco más de inversiones extranjeras, lograremos finalmente llegar al nivel de los países desarrollados.

Y sin embargo estamos accediendo aceleradamente a una sociedad de masas en cuanto que tenemos que contribuir con nuestra cuota de consumo a la sociedad altamente industrializada de la cual dependemos. Participación en el consumo, sin participación en el esfuerzo de producción. Posición doblemente deficitaria.

La función de los medios de comunicación no puede ser considerada sino en este contexto de dependencia.

A lo dicho en el apartado primero nada tenemos que agregar sino la connivencia con las intenciones que otros tienen sobre nosotros. Es decir, que la orientación que señalaba R. Viola a propósito de la TV no es simplemente el resultado del interés comercial —fruto de la dinámica propia del lucro y la competencia— sino que encierra además una intención política: impedir la doble toma de conciencia crítica respecto de nuestra alienación interior y de nuestra dependencia exterior.

Con lo cual volvemos a nuestra pregunta inicial: medios de comunicación: ¿instrumentos de cultura?

(10) Robert A. Dahl and Charles E. Lindblom, *Politics, Economics and Welfare*. New York, Harper, 1963.

los m.c.s en el proceso de desarrollo de a.l.

informe

I — Ubicación preliminar

Para suministrar el informe solicitado, es necesario ubicar previamente el tema y establecer algunas definiciones.

¿Qué es desarrollo? Se da a esta palabra las más diversas definiciones hasta resultar ambigua. ¿Qué clase de desarrollo? Al igual que Pablo VI en *Populorum Progressio* y la II Conferencia General del CELAM (Medellín), nosotros pensamos en un desarrollo integral del hombre. Desarrollo no es sólo tener más, sino, sobre todo, **ser más**. Es pasar de condiciones menos humanas a condiciones más humanas. Desarrollo es humanización. Lo cual no excluye el tener más; pero pone este tener más como instrumento al servicio del ser más. No es verdadero desarrollo el que es concebido en términos individualistas y egoístas; no es verdadero desarrollo el ofrecido por el sistema capitalista, que hace del lucro y de la competencia los motores de la economía y aliena al hombre en los mecanismos deshumanizantes de la sociedad de consumo.

Para que pueda operarse el desarrollo en América Latina, es preciso entonces una transformación profunda de la sociedad. Esta transformación encuentra en estos momentos en nuestro continente enormes obstáculos. Pueblos sometidos, explotados, oprimidos, por los poderosos de adentro (clases dirigentes nacionales) y de afuera (los países ricos, especialmente Estados Unidos). Estructuras caducas e injustas, frenan e imposibilitan el desarrollo.

En marzo de 1970 en Driebergen, Holanda, se realizó la Consulta sobre "Comunicación, Iglesia y Desarrollo", organizada por SODEPAX. Preparando esta Consulta SODEPAX se dirigió a numerosos expertos en MCS del Tercer Mundo y les pidió un informe que respondiera a la siguiente pregunta: "¿Qué obstáculos le hacen difícil o imposible en su país el uso de los medios de comunicación social para promover el desarrollo de su pueblo?"

El siguiente es el informe-respuesta de un experto del Uruguay. El lector debe tener en cuenta que el informe está hecho para ser leído por europeos que no conocen nuestros países, sus situaciones ni a muchas personalidades del continente; de ahí que aparezcan algunas explicaciones que para nosotros resultan obvias.

Como condición indispensable para el desarrollo, se hace necesario un cambio total de estructuras:

Existe común acuerdo sobre la necesidad de una revolución en América Latina, pacífica o violenta. Pero en cualquier caso (...) debe realizarse una revolución. (John F. Kennedy)

Cambios "audaces, profundos, globales y urgentes", como los reclama el Papa en PP y en sus discursos de Bogotá. Las estructuras actuales no son capaces de permitir al hombre latinoamericano ser más; ni siquiera son capaces de permitirle tener más. Las masas latinoamericanas están cada vez más pauperizadas.

Vale la pena citar un juicio de la **CEPAL**, Comisión Económica para América Latina de la ONU. Está tomado del Documento preparado por la CEPAL para la Reunión Especial de UNICEF realizada este año en Santiago de Chile:

...La política de desarrollo limitada a los instrumentos y técnicas empleados hasta el presente sólo pueden fomentar cierto tipo de crecimiento económico que inherentemente se limita a sí mismo, que es injusto y que contribuye a la marginalización de vastos estratos de la población.

...El contenido y la distribución de la acción social pública (están) hasta ahora debilitados y deformados por la falta de objetivos claros y el carácter de las presiones que han determinado sus direcciones de crecimiento.

...El desarrollo "auténtico" debe ser (...) un proceso de cambio social con modificaciones trascendentales en las funciones y relaciones de los diferentes grupos de la sociedad (ONU — CEPAL: **Tendencias Sociales y Políticas de Desarrollo Social en América Latina**, Mayo, 1969).

Pienso que, quizá, el primer punto de la Agenda podría consistir en ponernos de acuerdo en la definición de desarrollo; en el tipo de desarrollo que queremos para nuestros pueblos y que debemos promover a través de los MCS (medios de comunicación social). La discusión debería incluir esta tesis: no es posible el desarrollo (al menos en América Latina) sin un cambio profundo de estructuras. Ello no excluye, evidentemente, el trabajo de preparación y educación de las masas; pero siempre que este trabajo apunte en esa dirección.

Promover el desarrollo en América Latina, significa sobre todo, entonces:

1. Concientizar a los pueblos, concientizar a las masas, para que asuman su propio destino y operen la transformación, el cambio de estructuras requerido. Se trata, fundamentalmente, de una tarea de **LIBERACION**:

Nuestros pueblos aspiran a su **LIBERACION** y a un crecimiento en humanidad, a través de la incorporación y participación de todos en la misma gestión del proceso personalizante... Por su propia vocación, América Latina intentará su **LIBERACION** a costa de cualquier sacrificio... (Debemos) inspirar, alentar y urgir un orden nuevo de justicia, que incorpore a todos los hombres en la gestión de las propias comunidades

(MEDELLIN, Mensaje a los Pueblos de América Latina).

2. Significa, asimismo, concientizar a los pueblos ricos, para que hagan posible la justicia en el mundo; para que comprendan que el bienestar del que disfrutan es injusto, pues se nutre con el hambre y la miseria del resto del mundo. Que comprendan que el desarrollo y el sub-desarrollo no son dos etapas de un proceso, sino dos caras de una misma moneda; que el actual desarrollo de los pueblos ricos engendra el subdesarrollo de los pueblos pobres.

En cuanto al primer objetivo: ¿qué función podrían tener los MCS en la concientización liberadora de los pueblos latinoamericanos? Medellín les asigna un papel fundamental:

Despertar en los hombres y en los pueblos **principalmente con los medios de comunicación**, una conciencia de justicia, infundiéndoles un sentido dinámico de responsabilidad y solidaridad (MEDELLIN, doc. sobre Paz).

Los medios de comunicación de masas (son) un instrumento necesario y muy apto para la educación, la concientización en orden al cambio de estructuras y la vigencia de la justicia (MEDELLIN, doc. sobre Justicia).

Si estamos de acuerdo en esta visión de desarrollo y en esta función de los MCS como agentes de la liberación y la transformación de América Latina, podemos pasar al tema de este informe, que es el de examinar las dificultades concretas para utilizar los MCS como instrumentos para "despertar una viva conciencia de justicia" y ope-



rar "una concientización en orden al cambio de estructuras".

II — Las dificultades

1. **Políticas.** Para cumplir su labor concientizadora, para despertar una conciencia de justicia, el comunicador necesita **libertad de expresión**. La necesita para poder denunciar las injusticias;; para crear en los pueblos el deseo de cambio; para hacerles ver que esos cambios son deseables y posibles.

Ante las justas reclamaciones de los pueblos que despiertan y comienzan a exigir sus derechos mínimos y fundamentales (derecho a la alimentación, al techo, a la salud, a la educación) las clases dirigentes internas y externas han montado en casi todo el continente un formidable mecanismo de represión. La libertad de prensa, la libertad de información, han sido cercenadas radicalmente, cuando no totalmente suprimidas.

Basta mirar los dos mapas confeccionados en base al análisis realizado por la XXV Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP, efectuada en Washington en octubre de este año, mapas que publicó la revista **Life en Español** en su edición del 20 de octubre último. Según el examen realizado por la SIP —organismo nada sospechoso de izquierdismo e incondicionalmente adicto al sistema capitalista—, ésta era la situación de la libertad de prensa en América Latina hace diez años (izquierda) y ahora (derecha):

(Ver los mapas de la página 117).

Y aún habría que añadir que este mapa peca de benévolo; que algunas manchas grises deberían ser en realidad negras.

Desde la misma sesión de apertura del cónclave, la libertad de prensa en Latinoamérica fue declarada en estado agónico (Revista **Siete Días**, Nº 131. Bs. Aires, 10 Nov. 1969).

En el semanario "Comunidad", órgano oficioso de la Conferencia Episcopal Paraguaya, el padre **Francisco de Oliva sj** describe bien la situación:

En América Latina quien quiera hablar de la verdad pronto es encarcelado. Nuestros sistemas policiales suelen ser eficaces (...): casi lo único que tenemos bien organizado (**Comunidad**, Nº 614, Asunción del Paraguay, 3ª semana de octubre 1969).

El párrafo resultó premonitorio: cuatro días después, pese a ser ciudadano legalizado paraguayo, el padre Oliva fue expulsado del Paraguay y llevado hasta la frontera argentina por la policía sin darle tiempo siquiera a recoger sus ropas y enseres personales. El número de "Comunidad" del que transcribimos el párrafo precedente, fue el último. El gobierno clausuró el periódico, del que posteriormente se ha vuelto a editar otro número

(con un nombre cambiado) en forma clandestina, con los peligros consiguientes.

Otro ejemplo elocuente: según informa NA (Noticias Aliadas, servicio católico) en despacho procedente de Río de Janeiro.

La UNESCO otorgó el premio "Rehza Pahlevi" conferido anualmente al mejor sistema de educación de base en el mundo, al Movimiento de Educación de Base (MEB), organización de la Conferencia Episcopal de Brasil.

El método empleado se parece al de la Acción Cultural Popular en Colombia para impartir la enseñanza primaria a los analfabetos adultos, pero se diferencia en cuanto al contenido más "comprometedor".

El MEB intentaba lograr a través de la alfabetización que mientras aprendían a leer y escribir aprendieran también a conocer y a asumir compromisos en la sociedad. Definido como entidad de finalidad social y educativa, el MEB se propone "cooperar en la formación integral de adultos y adolescentes de áreas del país que se encuentran en desarrollo, proveyéndoles de los elementos que les sirvan para tomar conciencia de su dignidad de criaturas humanas, hechas a imagen y semejanza de Dios, para que despierten a la comprensión de sus propios problemas y busquen soluciones comunitarias para un cambio de la situación, tengan criterios para juzgar los cambios que se van produciendo y se transformen en agentes activos del proceso de creación de la cultura".

En síntesis: el mejor sistema de educación de base del mundo, premiado por UNESCO; "una solución ideal para el 70 % de la población analfabeta del Brasil", como dice Noticias Aliadas. Pero sigamos leyendo:

Sin embargo, debido a dificultades de orden político, no será posible seguir llevando a la práctica este método educativo (...).

El doble lema del programa: "concientización" (aprender a leer; aprender a vivir) y "politización" (aprender a vivir: aprender a comprometerse con la comunidad) no fue admitido (por el gobierno).

La edición total del texto empleado, que se titulaba "Vivir es luchar", ha sido confiscada (...). En su mejor momento el MEB trabajaba con 29 emisoras de radio y tenía 400.000 alumnos inscriptos. Hoy esa actividad se ha reducido a su mínima expresión. Boletín **Informativo Vox Christiana — UNDA/AL**, Nº 6, octubre 1969).

En mi país, Uruguay, actualmente sometido al régimen de "Medidas de Seguridad" (especie de estado de sitio con supresión de las garantías constitucionales), el escritor **Mario Benedetti**, best-seller Nº 1 del Uruguay, acaba de escribir en un artículo:

Un gobierno como el nuestro le teme más a la verdad que a los cócteles molotov; y si le teme a la llamada

subversión es quizás por la sospecha de que ésta ponga verdades en circulación. Desde su punto de vista más bien feudal, no deja de tener razones, ya que en este momento la mera y despojada verdad puede convertirse en un elemento francamente subversivo.

Qué otro sentido tienen las medidas prontas de seguridad que el institucionalizado propósito de que la verdad no tenga vías de acceso ni de comunicación? En este cruento 1969, las medidas ofician de tapón. Hay que tapar firmemente las verdades, no sea que su aroma se difunda, su vigor se contagie, su urgencia se instrumente. Las medidas habilitan además a quienes detentan el poder, a mentir descaradamente, tarea patriótica que cuenta con el beneplácito (a veces histérico, a veces balbuciente) de la prensa "grande", la radio y la televisión, a tal punto que se necesitaría una finura de ojo electrónico para definir cuál de las tres es la más obsecuente (En Semanario **Marcha**, Nº 1470, Montevideo, 14 Nov. 1969).

Es ilustrativo, como síntoma de la situación imperante, transcribir la "solución" que propone **Benedetti** al final de su artículo:

Si unos caminos se cierran, hay que buscar otros. Y en el caso de que no existan, hay que abrirlos. Si los censores clausuran la prensa independiente; si los canales de comunicación son destruidos; si las vías de información son taponeadas, nada de eso debe impedir sin embargo que la verdad asome su indiscreta presencia. Siempre habrá muros, esquinas, patios, afiches, plataformas, parroquias, sótanos, azoteas, donde escribir o decir lo que haga falta.

Después de todo, si llegamos a una situación en que la verdad no puede ser difundida por medios mecánicos, siempre nos queda la tracción a sangre.

Como se ve, Benedetti cree que ya no se puede hacer nada a través de los MCS y que hay que pasar —como en la Resistencia europea durante la 2ª guerra mundial— a improvisar medios de comunicación clandestinos. Aunque no compartamos su total pesimismo respecto de los MCS, el hecho de que un brillante escritor, el más popular del país, opine que ya no queda más recursos que escribir en los muros (lo que equivale a renunciar a su propia obra literaria) da una pauta de la situación existente.

Desde mi perspectiva de uruguayo y de latinoamericano, pues, la primera dificultad que encaro es la derivada de la situación política y las severísimas restricciones existentes para la libertad de expresión.

2. **Comerciales.** En los análisis que siguen a continuación, me referiré principalmente a dos medios de comunicación: radio y TV. Los casos de la prensa y el cine se encuadran en características diferentes.

En el Uruguay, como en casi toda A. L., el régimen de la Radio y la Televisión es comercial. La explotación de las emisoras está en su casi tota-

lidad en manos de empresas privadas, que financian el servicio mediante la venta de espacios de publicidad.

Esta estructura comercial origina también grandes limitaciones, que los europeos, no acostumbrados a este régimen, suelen no tener debidamente en cuenta cuando piensan en el empleo de los MCS latinoamericanos con fines sociales.

No se trata sólo de que los programas son constantemente interrumpidos por largos espacios de anuncios comerciales (la publicidad insume del 20 al 30 % del espacio total de transmisión). Se trata de limitaciones más de fondo.

En primer lugar, el objetivo de las empresas comerciales que manejan la radio y la TV no es educar al pueblo ni prestar un servicio social, sino obtener beneficios económicos, para lo cual necesitan conseguir la mayor cantidad posible de publicidad. Para ello deben nuclear grandes audiencias, poder mostrar a los anunciantes altos ratings en los surveys de audiencia.

La forma más fácil, rápida, barata y segura de nuclear grandes audiencias es ofrecer al público programas superficiales, vacíos de contenido, que atraigan a las masas por la cuota de evasión que ofrecen. Más avisos se consiguen con más audiencia; más audiencia se consigue con programas más masificantes, menos referidos a la realidad. Ello lleva a las emisoras de radio y a los canales de TV a estructurar una programación mediocre, carente de contenido transformador de la mentalidad colectiva. El mero entretenimiento ocupa la casi totalidad de la programación; y se trata de un entretenimiento alienante, anestesiante, masificante. Para programas de contenido, aun cuando estén financiados, los gerentes niegan espacios, pues desconfían del éxito de estos programas y temen que les hagan bajar el rating.

Ni las empresas propietarias de los MCS ni los anunciantes tienen el menor interés en producir ni financiar programas concientizadores, que demoran más tiempo y exigen más esfuerzo para atraer a las masas que los programas de evasión.

Y aun cuando, tras vencer improbas dificultades, el realizador consiga un espacio para un programa de concientización, como le es difícil también lograr publicidad, tiene que ceñirse a un budget reducido, trabajar con recursos de bajo costo y eso mismo le impide competir con las grandes producciones de evasión, para las que se dispone de altas inversiones publicitarias, y, por consiguiente, de abundantes recursos económicos.

Pero, además, no sólo hay de por medio intereses comerciales, sino también ideológicos. Esto lo ha visto bien la Conferencia de **Medellín**:

Muchos (de los MCS) están vinculados a grupos económicos y políticos, nacionales y extranjeros, interesados en mantener el statu quo social (**CELAM — Medellín**, doc. sobre MCS).

El Encuentro Socio-Pastoral de Montevideo, asamblea con representantes de todo el sacerdocio, los religiosos y los grupos de laicos de la Arquidiócesis, hizo la siguiente evaluación de los MCS de mi país:

En no escasa medida (nuestros MCS) han contribuido a desvirtuar la visión real de nuestra problemática nacional, dándonos una visión interesada y falsa sobre las causas y el proceso de desintegración económica, cultural y social. Lejos de propiciar la liberación del hombre, se tiende a su mayor condicionamiento.

Esta desnaturalización de los fines educativos que deben cumplir los MCS son la necesaria consecuencia de que están manejados por empresas que se mueven con mentalidad exclusivamente capitalista, vinculados a grupos (...) interesados en mantener la actual situación social y en acumular las mayores ganancias, sin preocuparse de la mediocridad y el sensualismo a los que es llevado el pueblo (**Encuentro Socio-Pastoral**, doc. Análisis de la Realidad Nacional, Arquidiócesis de Montevideo, diciembre, 1968).

Un ejemplo entre muchos. En 1963, un prestigioso pastor protestante muy popular en la TV (Emilio Castro) y un talentoso periodista católico consiguen comenzar en un importante canal de TV de Montevideo, una serie de programas para plantear los problemas de la juventud uruguaya. En el cuarto o quinto programa invitan a jóvenes campesinos y se plantea el problema estructural más grave del Uruguay y que más frena el desarrollo: el problema de la tenencia de la tierra. Se postula la urgencia de una reforma agraria. Pero los propietarios del canal son, al mismo tiempo, grandes terratenientes. Inmediatamente que se plantea el tema de la reforma agraria, la dirección del canal suprime definitivamente la serie. El tema está prohibido, es "subversivo".

Otro ejemplo reciente: en Chile, el canal de televisión de la Universidad Católica de Valparaíso, comenzó a difundir un excelente ciclo de programas de "concientización", preparado con la colaboración de sociólogos y economistas de la Universidad. El propósito era presentar, a nivel popular y en forma accesible al gran público, la realidad social chilena y la situación de dependencia económica del país con respecto a las grandes potencias capitalistas. A los pocos programas, el canal sufrió una deserción en masa de anunciantes; perdió más del 50 % de los avisos, lo que lo enfrentó a una grave crisis económico-financiera.

Así pues, en el Uruguay (y en todo el continente), el segundo obstáculo que enfrentamos, es el condicionamiento comercial.

3. **Socio-culturales.** Aun supuesto que el comunicador logre superar los dos primeros obs-

táculos: el político (o sea, que pueda expresarse con relativa libertad) y el comercial (esto es, que consiga un espacio y apoyo económico por vía de la publicidad u otros recursos) tendrá que enfrentar un tercer escollo: el público mismo.

Este público está fuertemente condicionado culturalmente por las mismas estructuras sociales en que está inserto. Sus gustos, su mentalidad, sus hábitos, han sido deformados por los MCS y por los demás factores ambientales. Ha sido acostumbrado a obtener de la radio y la TV un medio de **evasión**, una cotidiana cuota de escapismo ante la angustia y el temor generados en él por la situación de inseguridad en que viven las poblaciones latinoamericanas. El oyente no escucha radio ni el televidente mira TV para pensar, para formarse un juicio, para tomar conciencia de la realidad, sino justamente para todo lo contrario: para no pensar, para huir de la realidad, para evadirse.

Es interesante transcribir el juicio que el brasileño **José Marques de Melo**, profesor de la Universidad de São Paulo, formula acerca de las "telenovelas" (teleteatros episódicos, especie de folletines televisados) que han invadido la televisión de todo el continente latinoamericano:

Origen: El origen (de la telenovela en la TV brasileña) se debe a la tentación de las emisoras de superar el bajísimo nivel de audiencia registrado en 1964: una media de 64% de aparatos apagados. Hoy, la telenovela domina en todo Brasil una parte sustancial de la programación de todas las estaciones de TV.

Influencia: Hoy día es imposible eliminar de las horas de descanso del pueblo brasileño las novelas televisadas, que han invadido los hogares, han creado costumbres y formado hábitos. Su tipo de mensaje inexpugnable penetra en las masas y bate todos los records de audiencia. No hay ningún canal que se les pueda resistir: quien intente decir "no" se encontrará pronto en el camino de la propia capitulación.

Naturaleza: Teniendo como prototipo la "novela burguesa" del siglo XVIII y los "folletines" del siglo XIX, la telenovela se sitúa hoy en el plano popular de lo novelesco y lo imaginario. A semejanza del sueño, también aquí se han roto las barreras entre lo real y lo imaginario: producto típico de los MCS que son, sin duda, los grandes proveedores de artículos de consumo síquico.

Producidas en masa, estas historias televisadas llevan a una auténtica evasión psicológica, a través de la expansión emocional y de la fuga de problemas cotidianos. La telenovela galvaniza la atención de la masa humana y galvaniza su necesidad de evasión. Combinando sonido, imagen y movimiento estos programas se identifican con la realidad y pasan a formar parte de ella.

Telenovela, opio del pueblo: La telenovela ofrece al telespectador la posibilidad de huir de los problemas

cotidianos y encontrar una vida diferente, llena de misterio y emoción, amor y pasión (...); un mundo irreal con el que se identifica. Trátase de una satisfacción sustitutiva para la vida difícil de cada día. Identificándose con sus héroes, las personas olvidan sus propios problemas o neutralizan las sensaciones depresivas de sus fracasos.

En otros términos, se da el fenómeno de la **catarsis colectiva**: el telespectador se desahoga, elimina la agresividad acumulada, adquiere una sensación ficticia de felicidad.

Aprovechando la estructura verbal del concepto de Marx podemos decir que la telenovela es el **opio del pueblo brasileño**. Ya pasó el tiempo en que sólo las amas de casa eran aficionadas a estos programas. Las estadísticas muestran que las telenovelas son algo habitual a toda la familia (incluso los hombres).

Conclusión: En realidad la telenovela no constituye una excepción dentro del conjunto global de los MCS. Es la cuestión crucial de la cultura de masas: su tendencia mistificadora y alienante. La cultura de masas conduce a una nivelación del comportamiento, que Marcuse llama "parálisis de la crítica", lo que da origen a una sociedad "sin oposición" (**José Marques de Melo: Telenovela, catarsis colectiva**. Reproducido de la revista católica brasileña *Vozes* por Boletín Informativo Voz Christiana — UNDA/AL N° 5, set. 1969).

Todo cuanto dice el autor referido a la televisión brasileña se aplica a la argentina, a la venezolana, a la peruana, ciertamente a la uruguaya y, en general, a la de todo el continente.

Y allí radica la tercera dificultad. Por talento, so que sea el comunicador, por alta que sea su capacidad profesional, es difícil captar el interés del público con un mensaje concientizador, cuando todo el aparato de los MCS está dirigido a suscitar una "parálisis de la crítica", una sociedad sin oposición", una "catarsis colectiva" basada no en la toma de conciencia, sino en la evasión. El programa concientizador tropezará con la indiferencia de muchos: es difícil competir con los programas de evasión que a la misma hora están ofreciendo las demás emisoras. E incluso corre el peligro de suscitar la reacción irritada e indignada de mucho público cuya mentalidad ha

sido deformada por los grandes MCS comerciales y verán en ese programa algo intranquilizador, perturbador, "subversivo".

En el caso del Uruguay, la masa se ha hecho conservadora, conformista; los cambios son vistos con temor y aprensión. Las clases dominantes han logrado imponer su ideología a las clases dominadas; éstas piensan con las categorías de las clases dominantes.

El problema se agrava porque, como se ha dicho, el comunicador al servicio de un trabajo de concientización cuenta con recursos económicos limitados que le hacen aún más difícil competir. Tendrá que limitarse a presentar un estático panel con una modesta escenografía, en tanto los otros canales ofrecen seriales de violencia de origen estadounidense, suntuosos shows con estrellas famosas, concursos con enormes premios, etc., a cuyo servicio cuentan con todo el despliegue técnico necesario.

III — Conclusión

Nada de esto debe llevarnos a un pesimismo radical ni a la inercia de quedarnos cruzados de brazos. El comunicador cristiano está llamado a desempeñar su papel en la liberación y el desarrollo de América Latina.

Pero debe ser consciente de que tendrá que luchar contra enormes dificultades; que el éxito será difícil; que muchas veces será vencido por los obstáculos y que tendrá que volver a empezar, ensayando otros caminos.

Frente a las dificultades descritas en los numerales precedentes, es obvio que nadie puede ofrecer recetas infalibles para superarlas. A lo sumo, puede sugerir caminos a experimentar, sin poder dar garantías ni seguridades absolutas de éxito.

En cambio, es seguro el fracaso de empresas improvisadas, no debidamente planificadas, que no tengan en cuenta los obstáculos descritos más arriba. Se hace imprescindible, ante todo, **crear una estrategia inteligente y eficaz**, plenamente consciente de que el sistema va a oponerse en el plano político, en el comercial y en el socio-cultural.

(Noviembre, 1969)

opinión pública en la iglesia

manuel olivera

PIO XII.— “La Iglesia es un cuerpo vivo, y algo le faltaría, si no hubiera opinión pública dentro de ella: una falta de la que serían responsables tanto los pastores como los fieles. (Cfr. AAS. Vol. 42. p. 251 — *Observatore Romano* — 18 de febrero de 1950) ”.

JUAN XXIII.— “Entre los derechos universales, inviolables, inalienables de la persona humana, está el derecho a la libertad en la búsqueda de la verdad y en la expresión y la difusión del pensamiento”.

GAUDIUM ET SPES Nº 62.— “...reconózcase a los fieles, clérigos o laicos, una justa libertad de investigar, pensar y expresar su opinión con humildad y fortaleza, en aquellas cosas en que son competentes...”

1. Planteamiento del Problema. (1)

Hay temas que han suscitado las más encontradas opiniones dentro de la Iglesia: control de natalidad, celibato sacerdotal, justicia social, violencia, modo de adaptar la Iglesia al mundo moderno, psicoanálisis, pastorales, documentos pontificios, etc. Sobre estos temas ha opinado

mucho genté. De ellas, unos son investigadores, otros son teólogos, unos son científicos, otros son divulgadores. Unos se han mantenido en la altura, otros han bajado al escándalo.

Mientras expresaron su opinión en privado, no hubo mayores problemas. Pero cuando se difundió su pensamiento a través de los MCS,

(1) Este artículo comenzó siendo un cúmulo de notas de diversa procedencia. Recuerdo que entre ellas un buen grupo pertenecían al libro del P. Enrique Maza “Los medios de información colectiva en México” Las referencias estructurales a la Iglesia y en general el análisis de las mismas, fueron primitivamente una traducción de un artículo aparecido en la revista

Lettres. Sin embargo, a medida que usaba esas fuentes, iban siendo acomodadas a las necesidades del momento. Me es imposible precisar ahora, en detalle, sobre todo por no tener ya las fuentes a mano. la autoría de gran parte de las ideas que aquí aparecen.

el asunto fue distinto. Surgieron entonces preguntas como estas:

- ¿por qué no tratan estas cosas directamente con los responsables jerárquicos?
- ¿qué van a conseguir con estas cosas dichas a todo público?
- ¿no tienen otros medios?
- ¿es lógico hacer imputaciones a los pastores?

o simplemente afirmaciones como las siguientes:

- están rompiendo la unidad de la Iglesia.
- enseñan indisciplina,
- aumentan la confusión...
- les falta amor a la Iglesia, no tienen caridad...

La inquietud fundamental detrás de estas preguntas y afirmaciones era que se saliese al público, con cosas que deberían mantenerse ocultas, calladas, encerradas entre los tutelares muros de los círculos pequeños. Era sobre todo el problema de la "gran prensa" (filmada, escrita, hablada o televisada) pues hasta los libros y revistas especializadas podían convertirse en elementos de divulgación popular...

¿Por qué se va a la gran prensa? *¿Por qué no se contentan con hablar o escribir directamente a los responsables jerárquicos?* En última instancia la respuesta nos parece ser esta:

porque es una forma de intercambiar ideas. La sociedad conversa por medio de los periódicos, del radio, del cine, de la televisión, de las revistas, del teatro, de los libros, de las conferencias, etc.

porque les interesa participar en la construcción de la sociedad. Se sienten responsablemente ligados a la suerte de la comunidad y opinan porque quieren participar.

porque les interesa que su voz sea escuchada cuando se elijan los caminos de acción.

Por lo tanto la expresión pública de su opinión es, en última instancia, una manera mediante la cual, una persona, un grupo, una fuerza activa de la sociedad, "presiona" para que sus ideas sean tenidas en cuenta, sobre algo que les preocupa.

Y aquí es justamente donde vemos el núcleo del problema. Más allá de lo anecdótico, de los resentimientos y desequilibrios personales, el problema de la Opinión pública en la Iglesia,

no se reduce simplemente a la libertad de expresión sino que abarca la estructura misma de la Iglesia, sobre todo aquellos puntos que en última instancia controlan todo su accionar.

El problema no es exclusivo de la Iglesia, sino también de toda organización en la que juega un grupo importante de personas e intereses, desde un club de fútbol hasta todo un estado. En este artículo nos reduciremos a esbozar algunos aspectos en la Iglesia.

2. Conceptos laterales

Aquí no queremos preguntarnos si esas personas o grupos que expresan públicamente su opinión, estuvieron en la verdad o están equivocados, si fueron o no prudentes. Ni podríamos entrar a estudiar ese aspecto, pues cada caso debe ser visto por separado. Nos importa preguntarnos si tienen o no derecho para hablar y para hacer públicas sus opiniones; si son libres para actuar, o si deben encerrarse en una obediencia callada. Está en juego por un lado, la autoridad eclesiástica y la obediencia que a ella se debe. Por otro, la responsabilidad, la libertad, y la participación de los miembros de la Iglesia, en el quehacer de la misma. Es decir, están en juego los derechos de la autoridad y los derechos —también inviolables— de los que obedecen. Porque pertenecer a la Iglesia no significa nada más que obedecer, sino pensar, ser responsable, opinar y también actuar.

Es interesante notar que cuando hablamos de "opinión pública" en general nos referimos al ámbito fuera de la Iglesia. No nos hemos preocupado mayormente de la opinión pública "interna" y de los órganos adecuados para dejarla expresarse. Admitimos el periodismo en general como un órgano interesante para informar e informarnos sobre las tendencias que juegan en el mundo.

Pero no vemos como un órgano apropiado para dar cabida a las diversas corrientes formadas dentro de la Iglesia. Sabemos que hay enjuiciamientos sobre las orientaciones recibidas, las direcciones tomadas, la vida de la Iglesia. Es el campo de las opiniones, de las críticas, de los rumores más o menos fundados, de la aprobación o del descontento por actitudes de perso-

nas e instituciones. Pero preferimos dejar todo eso a nivel de comunicación personal, de boca a oído, por más que de este modo, se llene toda una ciudad.

Entra en esto una defensa de la unidad, sin que nos atrevamos exactamente a precisar en qué consiste. Muchas veces la confundimos con la uniformidad. La frase de San Agustín, hecha suya por el Vaticano II: "En lo necesario la unidad, en lo opinable la libertad y en todo la caridad", no se tiene suficientemente en cuenta en toda su dimensión.

Juega también un concepto de la caridad que conduce a rechazar toda posibilidad de que los conflictos —por más que claramente existan— se manifiesten públicamente.

También están de por medio, diferentes concepciones teológicas, no en cuanto a la aceptación de los dogmas, sino a la interpretación práctica de los mismos, los puntos de partida, las metas...

Hay una aceptación de la estructura "occidental y cristiana" de la Iglesia, de su organización física digamos, a la que se acepta como la única posible, la mejor, sin necesidad de que nada fundamental sea criticado con vistas a un cambio. Los documentos de Medellín, que releen el Vaticano II para nuestro contexto Latinoamericano, se leen hacia afuera, olvidándose que también puede hacerse de ellos una lectura interna para corregir también en casa lo que queremos modificar profundamente fuera.

Y en última instancia hay un juego de poderes que inevitablemente, no por ser Iglesia, sino por ser sociedad de hombres, entra en conflicto.

3. *Algunos fundamentos en favor de la libertad de Opinión.*

La incorporación a la Iglesia por el bautismo y la asunción plena de nuestras responsabilidades cristianas por la confirmación, nos obligan a proceder responsablemente, a interesarnos activamente en todos los campos donde la Iglesia desarrolla su acción. Esto es, tal vez, el fundamento teológico de la opinión pública dentro de la Iglesia.

La Iglesia no tiene por fin ahogar la singula-

ridad personal, sino al contrario liberar para bien de todos, cada perspectiva particular. En un mundo tentado por el totalitarismo de los comportamientos y de las opiniones, debe ser profética. A los cristianos corresponde pues, usar esa libertad para mostrar que también a través de ellos viene el aire fresco de la renovación, del *aggiornamento*, tan querido de Juan XXIII.

La apertura en la vida concreta hacia la colegialidad, forma plural del ejercicio de la autoridad, postula a todos los niveles el funcionamiento de ese pluralismo.

Necesitamos conocer las opiniones de los diversos grupos que viven responsablemente el cristianismo, para conocer la situación religiosa en toda su extensión. El Espíritu no se ha atado a determinadas estructuras. Hay múltiples canales por donde se expresa y debemos aprovecharlos.

Todo dirigente debe conocer las diversas corrientes de opinión (aunque no sea más que para defenderse de ellas) si quiere gobernar con tino. Debe conocer las actitudes de las fuerzas vivas de la comunidad que gobierna. En este sentido los órganos de opinión pública juegan un papel sumamente importante.

Por otra parte, los MCS nos dan posibilidades muy útiles para iluminar a través de un diálogo maduro, los caminos de adaptación de la Iglesia a nuestros diversos mundos.

Y el hecho de conocer mejor las diversas líneas de opinión, permite a un pueblo conocerse mejor a sí mismo. Al adquirir una conciencia más clara y profunda de lo que se torna cada vez más responsable de sus actitudes y expresiones.

La libertad de expresión encierra en sí misma una virtud purificadora. Nos sitúa en la realidad a fieles y a pastores. Nos obliga a ser humildes y a reconocer que no tenemos el monopolio de la verdad. Dios es nuestra garantía. Pero una garantía no significa ser un criterio para cada una de nuestras verdades. Por eso nos orienta hacia una continua revisión de la vida privada y comunitaria en función de las exigencias del testimonio comunitario.

Nos obliga a no superar las tentaciones internas de la Iglesia cortando por lo bajo, por la mediocridad del pensamiento y de la acción. Ca-

da cristiano debe descubrir la audacia de Cristo bajo la conducción del Espíritu. De un Cristo difícil, cuya verdad es más incisiva que una espada de dos filos y que al mismo tiempo que es una salvación universal es signo de contradicción. La lucha por la liberación del pecado en todas sus dimensiones nunca será cómoda ni tranquila.

4. *Práctica post-conciliar*

La vida práctica se adelantó a las teorías y dio respuestas concretas, a las preguntas planteadas. El clima de libre expresión vivido por la Iglesia en el Vaticano II y Medellín, ha llevado a la luz pública, lo que muchas veces uno apenas se animaba a pensar.

En el período anterior al Concilio los órganos oficiales se habían habituado a ejercer el derecho de expresión prácticamente solos, no encontrando en torno suyo, más que la aprobación o el silencio. Los que buscaban una reforma, la hacían por la línea del retorno a una tradición más antigua. A lo más, algunos se arriesgaban a interpretar los documentos oficiales. Ir más allá era exponerse a sanciones disciplinarias. Y de cualquier manera esta tentación estaba circunscripta al mundo de los clérigos.

En el período post-conciliar, una expresión nueva se manifiesta paralelamente al lenguaje oficial. Es espontánea, provocada por una toma de conciencia de las situaciones humanas, de las realidades del mundo, y de sus necesidades. No se engarza tanto en la vida interna de la Iglesia, sino más bien en aquellos llamados de nuestro tiempo, que repercuten en la conciencia cristiana. Por eso, es creadora. La época del comentario, más o menos riguroso, ha pasado.

Esta nueva expresión surge más de los laicos que de los clérigos. Los laicos se pronuncian en dominios hasta ahora reservados a ciertas élites, y en una forma que evidentemente deja de lado el estilo clerical. Este estilo clerical acostumbrado a un lenguaje típico, es autoritario, técnico, prudente, conforme. La nueva expresión es más que nada tipo testimonial, una voz donde la conciencia arriesga sus dudas y sus opiniones, sus combates y sus deseos. Este nuevo lenguaje, aunque primordialmente de los laicos, es tam-

bién utilizado por aquellos sacerdotes, que se desclericalizan. (También se da el fenómeno al revés: ciertos laicos se clericalizan).

Por último, esta nueva expresión se suele entregar al dominio público a través de los medios de expresión masiva, ignorando deliberadamente, la fórmula del uso interno, y del secreto.

Hay pues una liberación con respecto a la situación anterior.

5. *Dificultades a Nivel de Estructuras.*

Este progreso de hecho, no está exento de graves problemas. Se lleva a cabo cuando las estructuras eclesásticas permanecen de tipo autoritario en manos de un grupo determinado. El poder colegial de los Obispos, permanece todavía muy difuso, y, de todas maneras, no llega efectivamente hasta el pueblo cristiano.

Si miramos la creación de nuevos organismos, estos son concebidos según un modo estrictamente consultivo, para que la autoridad, tenga mejores elementos de información, pero sin llegar a modificar la forma de gobierno. Más aún, en este proceso de consulta, puede llegarse hasta el menosprecio si la autoridad para tomar decisiones no se compromete a balancear su poder con el de aquellos que han sido consultados.

Mientras la libertad de expresión no pueda pasar al plano de la elaboración efectiva de decisiones y por consiguiente al de su ejecución, es apenas una libertad infantil. Por otra parte una libertad de expresión que sea madura, responsable, o que las autoridades mantengan demasiado tiempo alejada, desoída, desconocida, necesariamente se deteriora.

Es decir que si se acepta en serio la libertad de opinar en la Iglesia, las estructuras de gobierno deben adaptarse. Mientras esta mutación no se lleve a cabo, la libertad de expresión es una libertad en embrión y si las cosas tardan demasiado, lo que ha visto la luz por una conjuntura favorable y puede dar frutos positivos, caerá rápidamente en la esterilidad, o en enfrentamientos "violentos". El ejemplo del catolicismo holandés, entre otros, puede ilustrar bien este punto.

Este peligro no es hipotético. ¿Cómo no interpretar algunas actitudes del gobierno eclesiás-

tico, como un retroceso o por lo menos, como un freno? ¿Qué significa esa forma de actuar que zanja los problemas gracias al argumento de "autoridad"? Posiciones contrarias son desoídas o condenadas sin recurso alguno. Más aún, con frecuencia expresiones que cuestionan este universo mental, son sistemáticamente objeto de sospecha, y por supuesto, dejadas de lado en el momento de las decisiones.

Lo inquietante es que no se trata de actos aislados y accidentales. La lista de hechos que revelan esta actitud es larga y constata el rechazo a escuchar y respetar una conciencia cristiana, que se atreve a no pensar según los esquemas mentales tradicionales. Los signos de esta actitud son muchos y variados: clima de sospecha, maniobras, delaciones, procesos, todo llevado bajo la máscara odiosa del anonimato. Ataques en general, sin especificar nada en concreto, a la ortodoxia, presiones a nivel de superiores religiosos y eclesiásticos.

6. *Dificultades a Nivel de Mentalidades.*

En la raíz misma de la fé, la libertad de expresión en la Iglesia, pone de manifiesto una serie de problemas que es bueno traer a luz.

a) *Conflicto entre ortodoxia y libertad de expresión.* ¿Cómo hacer para que el esfuerzo de inteligibilidad, de precisión, de coherencia, y de unidad de la fé, pueda protegerse contra el espíritu de sistema, de servidumbre a una ortodoxia estrecha que se encasilla en la reivindicación de su autoridad? Es verdad que la cristiandad (este conjunto político-cultural a cuya progresiva desaparición asistimos) ha asegurado la transición entre el mundo antiguo y el moderno. Ha creado una síntesis de valores, inspirado, posiblemente, por la idea griega de un mundo ordenado, y por el concepto romano de un Imperio Universal. Pero considerar esta síntesis como definitiva es matar toda expresión que provenga de un nuevo contexto cultural. De hecho, el identificar la fé, a un momento de su realización en la historia, es momificarla. El único ámbito posible a la "Actualidad" de la fé, radica en su re-encarnación en y desde el mundo actual.

Por otra parte la integración del cristianismo a un sistema, conduce necesariamente, en tanto que sistema, a un imperialismo de tipo espiritual. Sin embargo, la fé, siempre debería volver al acontecimiento de Jesucristo, como un llamado constante a la decisión, a la elección, a la responsabilidad, como fuente que orienta la vitalidad de nuestras opciones profundas.

b) *Conflicto entre la omnipotencia de Dios y la libertad del Hombre.* Este conflicto no es tan teórico como parece, dado que la autoridad religiosa tiende a situarse del lado de la soberanía divina. Si por omnipotencia de Dios, entendemos, una transferencia, una prolongación del poder estatal, del prestigio, de la fuerza, del derecho de los poderosos, no hay libertad posible. La omnipotencia se vuelve entonces el agrandamiento monstruoso del instinto de dominación, del abuso del poder, de la violencia, de la tiranía, que recela toda autoridad humana, aunque su buena voluntad pueda ser inmensa.

Sin embargo no hay, evangélicamente, otra omnipotencia divina que la humildad de Jesús de Nazaret. Y no es "a pesar" sino en el seno mismo de esa humildad que Dios se presenta al consentimiento de la libertad del hombre. Esto no significa postular a un Dios demagogo, cómplice, igualmente insoportable a la libertad humana. El hombre puede preferir, según esta concepción, vivir por "procuración", resguardándose en Dios protector, en lugar de tomar sobre sí la responsabilidad de su liberación, y afrontar la inevitable inseguridad de todos los caminos humanos. No es así el Dios del Evangelio. Si Dios viene al encuentro del hombre en su Hijo, es para comprometerlo activamente, a esa superación de la cual tiene necesidad en razón de su vocación profunda, para que pueda ser lo que debe ser: un hombre que se realiza a sí mismo en la libertad.

7. *A modo de conclusión.*

Una cosa es ver el problema y otra indicar soluciones. La libertad de opinar, no es una tarea enteramente "inocente". En algunas circunstancias hasta puede ser decisoria, sobre todo en situaciones inestables como las que vivimos.

Por otra parte no basta de ninguna manera ni con los caminos de "censura" ni con leyes

que dictaminen de antemano cómo arreglar un conflicto después que éste se ha producido.

Creemos que hay que enfocar el problema de una forma creadora, hacia una disminución que oriente todas las potencialidades hacia un tipo de desarrollo integral de las comunidades en que vivimos. Esta orientación debe tener en cuenta ese "ser más" que también se debe aplicar de puertas adentro a nuestra Iglesia, tal vez "sub-desarrollada" en más de un aspecto estructural.

Teniendo esto en cuenta, nos parece conveniente indicar algunos puntos que nos parecen más salientes, para nuestras realidades concretas:

1. *La magnitud de trabajo, su profundidad, nos impone superar varias situaciones:*

- a) la de desistir, de abdicar. Puede entrar en juego aquí el deseo de "vivir en paz", el temor a la sanción autoritaria, o el miedo a escandalizar, o a vernos suprimidos, marcados, condenados. También el de sentirnos incomprendidos, desaprobados por aquellos que nos rodean. Temer el esfuerzo que supere la propia pusilanimidad, las propias limitaciones e incertidumbres.
- b) la de la rebeldía abierta, de crítica violenta, la del ataque personal, la del resentimiento. La de la satisfacción personal sobre el bien común.
- c) La de creernos superiores, irrefutables, únicos portadores de la verdad, elite privilegiada que desdeña las complicaciones del vivir diario.
- d) La de no tener paciencia para recorrer el largo camino de ese desierto que si es ya liberación, es recién un comienzo.

2. Debemos fomentar un sincero ambiente de libertad que posibilite el desarrollo de las diversas concepciones sobre todo cuando tocan puntos claves en todo ese campo "opinable" que señala San Agustín. Y debemos hacer sentir la seguridad de que la propia opinión tiene un lugar respetado y considerado dentro de la Iglesia.

La tentación, de autoridades eclesásticas (incluidos nuncios y superiores religiosos) de atender sobre todo a la dimensión "control", "censura", "defensa de la ortodoxia", o como se le llame, debe ser contrapesada convenientemente.

Aclaremos: esta tentación sobre todo en el campo de los MCS sólo consigue alejar a la gente de valor (quienes por otra parte tienen múltiples fórmulas para hacer conocer su pensamiento) mientras reduce el núcleo que rodea a la jerarquía eclesástica a personas dóciles, pero de dudoso valor.

Se mantendrá la paz y la igualdad de criterios, pero difícilmente se podrá valorar todo lo que positivamente se pierde.

En la Iglesia, no hay mucha costumbre de opinar públicamente. En parte, por esa falta de responsabilidad activa de tantos cristianos que no participan en los intereses, objetivos, y bien común de la Iglesia. En parte también, por esa larga tradición paternalista que nos afecta. La vivencia de participación, de responsabilidad activa, de responsabilidad colectiva, de gestión común, es todavía incipiente y titubeante.

Sin embargo, el pensar cada católico las cosas de la Iglesia como suyas, y el expresar su pensamiento para contribuir a la obra común, es una obligación profundamente anhelada, en la pertenencia a la Iglesia y en la misma vocación cristiana.

Con estas circunstancias crear opinión no significa ante todo fomentar una determinada opinión. Significa más bien, despertar las diversas corrientes de opinión, y ayudarlas a expresarse, públicamente. Por eso implica la necesidad de despertar la conciencia de todos a participar activamente en los diversos niveles donde la Iglesia se desenvuelve, interesarse por sus planes, sus objetivos, el desarrollo de los objetivos, el desarrollo de los mismos, etc.

El ejercicio de la libre opinión debe llevar a una madurez de cristianismo responsable. Esto nos debe llevar a crear, en última instancia, estructuras dialogantes en la Iglesia, donde los cristianos pueden tomar la palabra. Expresar sus ideas de tal forma que la necesidad de participación, que ya se hace sentir, sea efectiva y no simplemente desviada a canales inofensivos e inoperantes.

Parece necesario revisar si no es el momento de tener un Boletín Interno Nacional o Diocesano, donde se difundan noticias, se estudien movimientos, se discutan con libertad y confianza los puntos de vista de las diversas orientaciones

cristianas que se manifiestan en la Iglesia local sin necesidad de salir para ello a la gran prensa la radio o la televisión. Este órgano interno puede ser el lugar donde se expresen, dialoguen, los diversos movimientos que juegan en este momento en toda la Iglesia. No simplemente los oficiales y jerárquicos, sino todos los procedentes de quienes de alguna manera u otra, están creando o pueden crear una opinión pública en la Iglesia. Si existen estos Boletines o Revistas, habría que apoyarlos decidida y claramente.

3. En un continente en crisis, en cambio, y en un país que se precipita hacia reformas imprevisibles, es necesario prever fórmulas para una información correcta de las diversas líneas, en la que se comprometen los miembros de la Iglesia.

Los MCS en general, tienden a seleccionar lo que les conviene según sus orientaciones particulares.

Es conveniente por lo menos, ver cómo conseguir información fidedigna de las diversas ac-

titudes de los diversos grupos dentro del país y en el continente y buscar fórmulas adecuadas para hacerlas conocer a pesar de un estado de 'facto' donde las líneas renovadoras serán celosamente vigiladas y en última instancia perseguidas.

4. Ver la posibilidad de colaborar más asiduamente con Noticias Aliadas (informando y utilizando el material informativo) para que cumpla mejor este servicio interno a nivel continental.

A Noticias Aliadas se la ha criticado, también se la ha elogiado. Se utilizan cada vez más sus servicios pero poco se ha pensado en colaborar enviando material que valga la pena.

5. Conocer y colaborar con los órganos extracontinentales, que están interesados en difundir las vivencias cristianas que impulsan nuestro Continente. De esta manera la opinión pública latinoamericana puede colaborar al desarrollo general de la Iglesia.

"La Iglesia católica considera que forma parte de su misión predicar a los hombres, con ayuda de los medios de comunicación social, el mensaje de salvación..." (I.M.,3)

...."Apresúrense, pues, los sagrados Pastores a cumplir con este campo (el de los MCS) su misión. intimamente ligada a su deber ordinario de predicar" (I.M., 13).

"En el mundo de hoy la Iglesia no puede cumplir con la misión que Cristo le confiara de llevar la Buena Nueva "hasta los confines de la tierra" si no emplea los MCS..." (Medellín, MCS. 2.4).

Los MCS "son un imperativo de los tiempos presentes para que la Iglesia realice su misión evangelizadora" (Med. MCS. 2 4 1)

Es función de los MCS crear la opinión pública en la Iglesia y facilitar su expresión:

"Esta actitud de apertura favorece la necesaria libertad de expresión, indispensable dentro de la Iglesia siguiendo el espíritu de Gaudium et Spes Nº 92..." (Med. MCS. 3.13).

pueblo, fe y alienación

mario caplún

Sucedió en marzo de este 1970 en Montevideo. Sabedor de que una emisora capitalina está buscando "algo para Semana Santa", J. D., un católico experto en radio, prepara una serie de charlas. Les da un contenido actual, conectando el mensaje del Evangelio con la realidad latinoamericana y señalando la dimensión del compromiso cristiano con el "aquí y ahora". La dirección de la radio lee las charlas... y las rechaza. "Desde el punto de vista radial están muy bien hechas; pero nosotros buscábamos otra cosa... algo espiritual, religioso, tradicional..."

El episodio sirve para constatar una vez más cómo el auténtico mensaje cristiano, liberador y comprometido, encuentra sistemáticos obstáculos en los medios de comunicación de masas; cómo las estructuras económicas e ideológicas erigen sus barreras "profilácticas" contra él. Pero podría servir también para preguntarnos: de haberse enterado del insuceso, ¿cómo habrían reaccionado las esferas eclesiásticas? ¿En quién habrían hecho recaer la culpa: en la emisora que se negó a difundir las charlas (y, consecuentemente, en las estructuras que determinaron esa negativa) o en J. D.? Por lo que nos enseña la experiencia, no pocos jerrarcas y sacerdotes habrían imputado a J. D. "un error pastoral". Se perdió una oportunidad de "llegar al pueblo". En esos días "propicios" de Semana Santa, en que las ra-

dios están abiertas a transmitir programas religiosos y el público bien dispuesto a escucharlos, se frustró una posible "presencia" de la Iglesia" en los medios de comunicación. Lo importante era "estar", "llegar", aunque no fuera con un mensaje no totalmente satisfactorio. ¿No era preferible eso, en lugar de insistir en unas charlas que, seguramente, de haberse irradiado, habrían inquietado, confundido, perturbado a muchos cristianos deseosos de un mero "alimento espiritual". Hay un pueblo que sigue profesando "sentimientos cristianos"; que en buena medida ya no va a la Iglesia pero que, en cambio, pasa horas mirando televisión o escuchando radio. Es preciso no dejar pasar ninguna oportunidad de "llegar" a ese pueblo...

LO IMPORTANTE ES ESTAR

Este modo de razonar es uno de los que se da más a menudo cuando la Iglesia se plantea la necesidad de su "presencia" en los medios masivos de comunicación. Se trata básicamente de preservar, de conservar la fe popular, los valores religiosos ya existentes en el pueblo. Esos valores están amenazados por el mundo moderno secularizado, porque la Iglesia, omisa y negligente, no ha sabido "modernizarse" y permanece ausente de los medios de comunicación de masas. El pueblo, que acude cada vez menos a

la Iglesia, está en cambio sometido a la poderosa influencia de los mass-media.

Esta explosión de los "mass-media" ha provocado, efectivamente, una "mutación histórica". Es decir, un cambio en la vida del hombre que hoy no podemos medir (...)

Ahora bien: ¿qué estamos haciendo para afrontar pastoralmente tal situación? Una de dos: o comenzamos rápidamente a andar; o pretenderemos contraponer nuestra viejecita catequista con su docena de niños a los rayos laser, el magnetoscopio y el telescritor.

Lo menos que podemos intentar es (...) responder al reto que nos presenta esta explosión. Y no llegar tarde; que eso ya lo hicimos demasiadas veces⁽¹⁾.

Sobre (nuestra tumba) se podrá escribir: "Aquí yacen los hombres que utilizaron... o dejaron de utilizar los asombrosos medios de la Edad Moderna para extender el reino de Dios"⁽²⁾.

...Es urgente, entonces que, para "extender el reino de Dios" haya una "presencia de la Iglesia" en los medios de masa; que haya prensa católica, radio católica, televisión católica, "horas" católicas en la radio y la TV...

Pero, ¿en qué consiste "responder al reto"? Simplemente en eso: en multiplicar el púlpito por medio de la rotativa, el micrófono o la telecámara.

Si la tradición de la Iglesia ha sido enseñar y hacer caridad, ha llegado la hora de emplear medios económicos para hacer eso mismo en gran cantidad a través de los "mass-media"⁽³⁾.

Adviértese, pues, que la renovación que con tanto apremio se reclama es sólo formal; se trata tan sólo de cambiar el vehículo; y luego, una vez en posesión de los nuevos medios, "hacer eso mismo", lo mismo de siempre, sólo que más barato por do-

cena. La cuestión se reduce a seguir atendiendo a esa masa de creyentes y bautizados que ya no va a la Iglesia, desplazando para ello el escenario de la predicación. A lo sumo se abordará el problema de adquirir el dominio de las técnicas adecuadas para el uso de los nuevos instrumentos:

La gran opción es ésta: qué lenguaje vamos a hablar⁽⁴⁾.

Pero ese "cambio de lenguaje" que el autor reclama es, una vez más, sólo formal: consiste en que la Iglesia adopte el nuevo lenguaje audiovisual propio de la llamada "civilización de la Imagen". En eso consiste la "gran opción" pastoral. A título de "modernización" se plantea el problema de cómo seguir difundiendo la palabra de Dios; pero queda ausente toda indagación sobre en qué consiste esa palabra de Dios que se quiere transmitir. El acento se pone exclusivamente en el uso de los medios. Lo importante es que haya "presencia", que "estemos" que haya prensa católica, radio católica, TV católica. Se da por sentada la existencia de un pueblo que ya tiene una concepción cristiana de la vida: sólo hay que preservarla, estimularla, a través de los prodigiosos medios modernos. En lo tocante a la recepción del mensaje, bastará apelar a la religiosidad sencilla, a la fe que sigue latente en el pueblo. La fe ya está dada: sólo hay que seguir cultivándola. Todo se reduce, entonces, a "ir" a ese pueblo, a "llegar" a ese pueblo, a través de la posesión y el uso de los medios de masa. A bautizar a los medios de masa con el signo cristiano.

LOS DATOS AUSENTES

Quienquiera se plantee con seriedad y profundidad el posible uso de los medios masivos de comunicación para transmitir el auténtico mensaje cristiano, encontrará ante sí un esquema mucho menos simple.

1) El punto de partida será, desde luego, la Palabra, la Revelación que se ha de transmitir. Por fidelidad al Evangelio, esa Pala-

(1) ANTONIO ALONSO, O. F. M. Cap.: La cultura de la imagen — Análisis, valoración y perspectivas catequéticas. En Catequesis Latinoamericana, Nº 5, enero/marzo 1970, pág. 6.

(2) EDMOND BECKER, cit. por ALONSO, art. cit., pág. Nº 13.

(3) A. ALONSO, art. cit., pág. 13. El subrayado es nuestro.

(4) Ibid., pg. 7.

bra habrá de ser encarnada, dicha a la luz de "los signos de los tiempos"; habrá de ser una palabra transformadora, liberadora.

2) Pero inmediatamente surgirá el análisis: ¿a qué público nos enfrentaremos? ¿Cuál será su grado de receptividad? ¿Navegaremos a favor o en contra de su propia corriente? Esa masa destinataria del mensaje. ¿Estará en condiciones de recibir instantáneamente esa palabra transformadora y liberadora? ¿Qué visión propia de la fe tiene esa masa? ¿No hay en ella estereotipos, deformaciones y alienaciones que dificultarán la captación del contenido propuesto y podrían llevarlo, incluso a rechazarlo? ¿Cómo hacer, entonces, para remover esos obstáculos, para vencer esas resistencias que la Palabra liberadora ha de generar en la masa; cómo hacer para modificar su propia versión falseada del cristianismo?

3) Y, puesto que el cristianismo es opción libre y consciente, ¿cómo darle al pueblo a través de los medios masivos de comunicación, los elementos que él mismo cuestione, critique y revise su propia visión religiosa y pueda acceder libremente y por sí mismo a esa verdad liberadora y transformadora del Evangelio?

A partir de esos interrogantes, el comunicador cristiano tendrá que trazarse su Pastoral, su pedagogía, su catequesis de la comunicación de masas. No sólo tendrá que prever las resistencias que opondrán a su plan los grupos de poder interesados en el mantenimiento del status-quo y que detectarán en él en seguida a un enemigo peligroso al que es preciso silenciar; tendrá también que prever la resistencia de las estructuras culturales: esto es, la resistencia de la misma masa a la que se dirige y que se aferrará a las categorías —bien diferentes— de sus propias creencias populares. El comunicador habrá de discernir qué valores positivos y qué elementos negativos contiene esa religiosidad que la masa ya profesa; en qué medida, para transmitir los auténticos valores cristianos, podrá apoyarse en esa religiosidad popular y en qué medida tendrá en cambio que combatirla; hasta qué punto

podrá esa religión popular ser un aliado en su tarea evangelizadora y hasta qué punto será por el contrario, un obstáculo a la adhesión al verdadero cristianismo; en qué grado puede considerársele un germen de fe cristiana y en qué grado, pese a llevar el rótulo de cristianismo, actuará como una "anti-fe". Y, a partir de allí, estructurará su pedagogía y podrá establecer si es posible utilizar los medios masivos de comunicación para una verdadera evangelización y, en caso de respuesta afirmativa, cómo y en qué medida habrá de emplearlos.

Pero lo usual es que todas esas dificultades ni siquiera se planteen, porque lo único que importa es poseer y utilizar los medios de comunicación de masas. Y para justificar esa posesión y ese uso, se da por sentado que el destinatario ya existe: un pueblo cristiano al que se adorna con todas las virtudes de la fe, esa "sencilla fe del pueblo". Se apela a la existencia de una religiosidad popular, a la que se identifica sin más con la auténtica fe cristiana. "No será acaso la fe culta y formada de las élites; pero ciertamente es una fe sólida".

RELIGIOSIDAD Y CONCIENTIZACION

Hay una palabra que está haciendo carrera en la Iglesia, particularmente a partir de Medellín: "concientización".

La Asamblea Episcopal tiene plena conciencia de que el proceso de socialización, desencadenado por las técnicas y medios de comunicación de masa, hacen de éstos un instrumento necesario y muy apto para la educación social, la **concientización** en orden al cambio de estructuras y la vigencia de la justicia⁽⁵⁾.

No cabe duda de que la paternidad de la noción de "concientización" pertenece a Paulo Freire. Ahora bien; al estudiar el proceso dinámico de la acción concientizadora, Paulo Freire distingue estadios en la conciencia popular. Las masas campesinas latinoameri-

(5) MEDELLIN. Documento "Justicia", capítulo "Información y Concientización". Edición del Centro Nacional de Medios de Comunicación, Montevideo. 1968, pg. 33. El subrayado es nuestro.

canas —enseña Freire— se hallan sumergidas en el estadio que él llama de "conciencia intransitiva", "conciencia mágica" u "oprimida": conciencia acrítica, alienada, en virtud de la cual el opresor logra que el oprimido acepte su situación como fatal e inevitable. Con la urbanización, el hombre pasa de la "conciencia mágica" a la "conciencia ingenua". A partir de ese momento, el proceso se bifurca. Si el individuo sigue el camino "natural" que la sociedad le ha preparado, se masificará, con lo cual se fijará en su actitud de sumisión y aceptación; si, en cambio, es concientizado, accederá a la conciencia crítica y devendrá sujeto; es decir, se hará capaz de comprender críticamente su situación de oprimido y las fuerzas que lo han sumido en esa situación. Pero este acceso a la conciencia crítica —explica Freire— no se da automáticamente ni por generación espontánea, sino como fruto de un trabajo desmasificador, desmitificador. Ese trabajo es, justamente, la concientización (6).

La mayor parte de la Iglesia latinoamericana "progresista", sobre todo después de Medellín, no tendrá mayor dificultad en aceptar este esquema si lo proyectamos al campo social y político; ya hemos visto que Medellín propicia una "concientización en orden al cambio de estructuras y la vigencia de la justicia". Pero, ¿es que el plano religioso, ha de quedar al margen de la tarea crítica concientizadora? Ahora que tanto se reivindica la misión profética de la Iglesia, no está de más recordar que los Profetas no sólo arremetían contra las injusticias sociales, sino que también y al mismo tiempo, denunciaban las alienaciones religiosas. ¿Estamos dispuestos a asumir todas las dimensiones del profetismo? ¿Son sólo de carácter social y político las alienaciones que sufre el pueblo latinoamericano y de las que debe ser liberado mediante una concientización,

o hay también una alienación religiosa de la que debe ser concientizado para liberarse? ¿No ha de darse también al pueblo elementos para que revise, cuestione y desmitifique su fe? ¿No debe entrar también la religión en el proceso crítico de la concientización, como todos los demás datos de la situación del oprimido, aun cuando ello suponga, desde luego, para la propia Iglesia, asumir el riesgo de que ella misma resulte cuestionada? Aquí incluso el pensamiento de Medellín vacila, se hace ambiguo...

...Es curioso examinar las conclusiones de Medellín. El documento sobre la educación, que evidencia la mano de Paulo Freire, habla de un despertar del sentido crítico, de una educación que libere al hombre de sus servidumbres culturales, sociales, económicos y políticas, de un derecho del hombre para autodeterminarse y forjar su propio destino. En esta línea la Conferencia hace una crítica radical de las instituciones que actualmente consideramos como educacionales.

Al lado de este documento, el que versa sobre la pastoral de masas parece extrañamente conservador. No se habla de la aplicación del sentido crítico, de la autodeterminación creadora de la pedagogía de las masas (...) Esta curiosa contradicción es sencillamente un reflejo de la tendencia general de los obispos que recetan remedios mucho más fuertes para la sociedad que para la Iglesia (7).

"RELIGION O MUERTE"

Que el recurso a la supuesta "tradición cristiana del pueblo" sea sustentada por sectores conservadores, por los que profesan una concepción de Iglesia que, de hecho, la hace aliada natural del orden establecido y del status-quo, no puede sorprender. Pero lo que sí resulta sorprendente es que esta misma exaltación de una religiosidad popular identificable sin más con el cristianismo, esté siendo postulada por teólogos latino-

(6) Para una explicación detallada del proceso, cfr. PAULO FREIRE: *La Educación como práctica de la libertad*. Edit. Tierra Nueva, Montevideo, 1969. Cfr. también la obra colectiva *Conciencia y Revolución*, de la misma editorial y año.

(7) FELIPE BERRYMAN: *Concientización y religiosidad popular*. En *Víspera* N° 12, Montevideo, setiembre 1969, pg. 9.

americanos que aspiran sinceramente a la liberación del pueblo; que, por ejemplo, Lucio Gera, uno de los más importantes orientadores del Movimiento argentino de Sacerdotes para el Tercer Mundo, suscriba una afirmación como ésta:

...Existe en el seno de la Iglesia argentina lo que podríamos denominar **catolicismo popular** que no está aún totalmente formulado en expresiones intelectuales, pero sí late en la vitalidad del pueblo. Es un hecho de nuestra historia que el pueblo ha combinado su fe católica con una línea nacional —ya desde el grito de Facundo, **Religión o muerte**, y más recientemente en el **peronismo**— más allá de los dictados de la Iglesia oficial y de todas las élites. (...) Pueblo es tierra, patria, religión, tradición autóctona, folklore. El Movimiento de los Sacerdotes para el Tercer Mundo, originariamente identificable con la corriente de **protesta social**, se daría ahora más bien en esta línea popular nacionalista... (8)

Y más adelante, al criticar a quienes no comparten su línea, los autores agregan:

El purismo religioso de los grupos espirituales puede entrar en contradicción con la **religiosidad inculta** —supuestamente mágica— del verdadero Pueblo. (...) El riesgo que corren los grupos de élite, está en creer que la **racionalidad** y la **norma** la poseen ellos y no el Pueblo, y a partir de esto llegar entonces a oponerse al Pueblo como la **civilización** a la **barbarie**. Pero no hay que olvidar que el Pueblo **tiene** su propia **racionalidad** y si son **bárbaros** quienes constituyen el Pueblo, entonces, los grupos de élite —si quieren permanecer auténticamente populares— no tendrán otro camino que seguir la **racionalidad** de los **bárbaros**... (9)

Estamos de acuerdo con los autores del

artículo que citamos, en que los grupos de élite no son los poseedores de la norma. Pensamos, como Berryman, que la opción decisiva es

la de permitir que el hombre del pueblo se vuelva **crítico** y **creador** frente a su propia religiosidad (10).

Esto es, que el pueblo elabore libremente su propia respuesta a la fe y al Evangelio. Pero sucede que, en última instancia, la norma no la poseen ni las élites ni el pueblo: la norma la da la Revelación.

Un catolicismo conscientizado no tendría como norma la simple intuición humana sino su dinámica hacia las normas del Evangelio (11).

Se trata de saber si ese catolicismo popular, por más tierra, patria, tradición y folklore que sea, responde al Evangelio o no. (Por ejemplo, cualquiera haya sido la significación histórica de Facundo Quiroga, no resulta fácil conectar el Evangelio con el grito Religión o muerte). Se trataría asimismo de establecer si esa "religiosidad inculta de ese "verdadero Pueblo" no es otra racionalización de nuevos grupos de élite.

¿En qué medida ese "catolicismo popular" que los autores argentinos idealizan, es algo distinto al "opio del pueblo" de que hablaba Marx?

El segundo tipo de reacción consiste en transferir la conciencia del fracaso que resulta por causa de la opresión, de una causa real a una causa aparente. Esto es un fenómeno que se da muchas veces en la vida religiosa: las condiciones subhumanas en la que viven multitudes de personas no son comprendidas como consecuencia de la explotación de minorías egoístas, sino que se ve en aquéllas una manifestación de la voluntad divina (12).

(8) LUCIO GERA — GUILLERMO RODRIGUEZ MELGAREJO: *Apuntes para una interpretación de la Iglesia Argentina*. En *Víspera* N° 15, Montevideo, febrero 1970, pg. 63. Los subrayados son de los autores.

(9) *Ibid.*, pg. 77. Subrayados de los autores. Sería de sumo interés el análisis de estas afirmaciones, con todas sus implicaciones teológicas, pastorales, políticas, sociológicas, etc.; pero ello nos llevaría lejos del tema y los límites de este artículo.

(10) BERRYMAN, art. cit., pg. 8. Subrayados del autor. Recomendamos la lectura de este artículo, de gran interés.

(11) *Ibid.*, pg. 9.

(12) JULIO DE SANTA ANA: *De la conciencia oprimida a la conciencia crítica*. En la obra colect. cit. *Conciencia y Revolución*, pg. 83.

¿Cómo, por una parte, vamos a constatar la existencia de estructuras opresoras, masificadoras, y por la otra supone a la cultura popular (religión, por ejemplo), inmune a la opresión y a la masificación? ¿En virtud de qué privilegio especial los valores religiosos de la masa serían preservados de la masificación que actúa sobre todo el resto de su situación?

Sin duda, la religión popular tiene mucho de espontáneo. Pero hay que tener cuidado de no identificar espontaneidad y libertad. Como lo ha demostrado R. Cetrulo:

...los contenidos espontáneos de la conciencia no son (...) los que hacen al hombre "hombre" —actor, transformador, problematizador de la realidad que lo circunda—, sino pasivo, conformista y adaptado a la situación existente. El educador nunca encuentra ante sí conciencias vacías, sino conciencias que ya tienen un contenido —ideas, valores, normas— alienantes en cuanto que expresan un modo de relaciones humanas dentro de la dialéctica "dominante-dominado". Por lo cual la promoción de una cultura popular adquiere la característica de una liberación que conlleva cambios de conciencia, sino en un cambio de actitud: del conformismo a la reflexión crítica, de la pasividad a la actividad transformadora⁽¹³⁾.

Concientizar, pues, quiere decir problematizar; y la problematización crítica, si ha de ser leal y quiere ser eficaz, ha de abarcar globalmente todos los datos de la situación del sujeto; incluso, evidentemente, sus creencias y actitudes religiosas.

UNA AMBIGÜEDAD A SUPERAR

Más lógico y coherente que la posición de Gera y Rodríguez Melgarejo, parece el hecho de que las fuerzas de derecha, los grupos de poder interesados en el mantenimiento del statu-quo, hagan a la "tradición" depositaria de todos los valores y apelen a la

Religión para sojuzgar al pueblo. Para citar un ejemplo reciente, en setiembre último la dictadura brasileña dictó un decreto-ley que instituye la "Educación Moral y Cívica" como materia obligatoria "en todos los grados y modalidades de los sistemas de enseñanza del país", desde la escuela primaria a la universidad. Objetivo, "la formación de buenos ciudadanos... el culto de la obediencia a la Ley y de la fidelidad al trabajo". Allí sí resulta natural y no causa extrañeza que, para la "defensa del principio democrático" se disponga "la preservación del espíritu religioso" y de la "tradición religiosa del pueblo brasileño"; que se ponga todo el programa "bajo la inspiración de Dios"; que se presente a los estudiantes a "la Religión, la Moral y el Civismo como formando tres círculos concéntricos, siendo exterior el de la Religión... de modo que los deberes, derechos y actos morales... se vinculen a principios permanentes, inmutables, originarios de Dios"; que, tras enseñar el valor de "la renuncia" en la construcción de la civilización, se presente a "la Familia, la Religión, la Justicia y las Fuerzas Armadas como fundamentos de la Nación y de la Patria"...⁽¹⁴⁾ Los autores de este plan de adoctrinamiento y sometimiento cultural, confían en la tradición religiosa como un excelente aliado para mantener al pueblo sumiso, dócil, pasivo, dispuesto a la "renuncia".

Resulta más difícil, en cambio, saber en qué se basan Gera y Rodríguez Melgarejo para atribuir al catolicismo popular argentino la potencialidad de fuerza liberadora. Lo menos que cabría pedirles es alguna fundamentación sociológica a su tesis. Büntig, que ha hecho un estudio sociológico sistemático precisamente sobre el catolicismo popular argentino, concluye que

...muchos gestos "modelados" considerados tradicionalmente como católicos, no requieren valores y motivaciones evangélicas para ser expresados. La explicación sociológica de este vaciamiento de contenido nos parece obvia(...)

En efecto, cuando una religión uni-

(13) RICARDO CETRULO: Condicionamientos ideológicos — Obstáculos para el Hombre Nuevo. En la obra colect. cit., pg. 99.

(14) DECRETO-LEY Nº 869, del 12/9/69. Edición policopiada.

versal —en este caso el catolicismo— se hace parte connatural de una sociedad determinada, sus gestos tienden a perder su **originalidad esencial** y a convertirse paulatinamente en **canales espontáneos** de los sentimientos religiosos del pueblo. En otras palabras: la población expresa espontáneamente su vivencia —o mágica— a través de los gestos institucionalizados de dicha religión ⁽¹⁵⁾.

En síntesis: en la medida que la llamada "presencia de la Iglesia en los medios de comunicación de masa" se siga fundando en ese mítico Pueblo Cristiano depositario de todos los valores, subsistirá una ambigüedad que impedirá el acertado tratamiento del problema. Es necesario, previamente, plantear y responder esta pregunta: ¿Vamos a "ir al pueblo" para darle elementos para su

liberación plena —incluso para liberarse de su alienación religiosa— o vamos a dejar esa zona intocada? ⁽¹⁶⁾.

A partir de la primera posición, podremos examinar todas las dificultades, todos los obstáculos estructurales que nos dirán si esta tarea liberadora es posible a través de los medios de comunicación de masa. Podremos preguntarnos si es posible evangelizar a través de esos medios y cómo; si es posible y cómo vencer la inercia de las concepciones religiosas de esa masa a la que buscamos llegar. Pero, en tanto se siga eludiendo la cuestión de fondo y dando por demostrada la existencia de un cristianismo popular misteriosamente libre de deformaciones, no será posible plantear correctamente los datos del problema y permaneceremos en la ambigüedad. Como dice Paulo Freire, "la educación es un acto de coraje".

(15) ELDO J. BÜNTIG: Interpretación motivacional del Catolicismo Popular. En *Víspera* Nº 10. Montevideo, mayo 1969, pg. 13. El artículo "sintetiza globalmente la segunda parte del Cuaderno Sociológico que integra una investigación interdisciplinar sobre el Catolicismo Popular en la Argentina". Advuértase que el autor no duda en atribuir a ese catolicismo popular la condición "mágica" que Gera y R. Melgarejo ponen en duda. Advuértase igualmente que el autor da a "lo espontáneo" la misma valoración que Cetrulo. En el extenso artículo, Büntig da cuenta de que, al investigar el catolicismo popular, ha detectado motivaciones cósmicas, individualistas, conformistas, de resignación, de aceptación del statu-quo, moralistas, egoístas, etc. No menciona, en cambio, pese a su preocupación por no aparecer "pesimista", ningún valor que apunte a la liberación, a la transformación social, a la disposición

para el sacrificio que supone la lucha común por la liberación y que está en la esencia del compromiso evangélico. Aunque el autor ha puesto su mejor voluntad para inventariar "valores rescatables", ellos son del tipo de "una piedad sincera", "firmeza y contracción (a veces irracional) en cumplir con las promesas realizadas", "una fidelidad remarcable a ciertos gestos rituales, dotados de una presunta virtud escatológica de tipo automático", etc.

(16) Nos parece sumamente atendible la propuesta de BERRYMAN cuando plantea "la posibilidad de que la misión específica de la Iglesia oficial en una situación pre-revolucionaria no sea principalmente la de proclamar la revolución en manifiestos (...) sino que se encuentre en un campo específicamente religioso: la conscientización del pueblo en su cosmovisión religiosa". Art. cit., pg. 10.

La comunicación social es para la Iglesia "el medio de presentar a este continente una imagen más exacta y fiel de sí misma, transmitiendo al gran público no sólo las noticias relativas a los acontecimientos de la vida eclesial, sino, sobre todo, interpretando los hechos a la luz del pensamiento cristiano" (Med. 2.5).

la ideología de un diario católico

juan luis segundo

Al leer el reciente número de *Catequesis Latinoamericana* ⁽¹⁾ se tiene una impresión de extraño retroceso con respecto al documento de Medellín.

En efecto, en una sociedad explotadora y represiva —según Medellín— donde los monopolios internacionales van calculadamente acrecentando la diferencia entre países pobres y países ricos (*Pacem in Terris*), y donde es menester, para mantener esa situación cada vez más explosiva, aquietar las conciencias, no es posible hablar de los medios de comunicación social como de un instrumento técnico venido de Marte, neutro, capaz de vehicular el mensaje liberador y profético de la Iglesia, (exactamente como otro cualquiera.)

No obstante, a esta *ingenuidad* puede responderse con una perspectiva táctica y, por ende, consciente del problema. Así se ha pensado, por ejemplo, en otro plano, en de la enseñanza superior. El avasallamiento de las universidades estatales autónomas en casi todo el continente lleva a algunos a defender estratégicamente las universidades católicas a pesar de reconocer el mal concreto que acarrearán a la tarea de la Iglesia. No será, efectivamente, un mal menor poder gozar aún de una cierta libertad de crítica, amparados en esa barrera que

es todavía en América Latina, en cierta medida, el “fuero” de la Iglesia?

El mismo argumento se esgrime para los medios de comunicación social. Si es cierto que están cada día más y más cohartados por la línea convergente de la represión pública y de la instrumentalización privada al servicio de una sociedad de consumo, sólo filtrarán de la Iglesia y de su mensaje una visión mutilada y alienante ⁽²⁾.

La Iglesia, no obstante, necesita que pasen al nivel masivo sus tomas de posición sobre problemas que afectan a todos. Qué hacer, entonces, cuando la gran prensa de Montevideo, por ejemplo, se niega a publicar, ni siquiera fragmentariamente, el documento de Medellín? ¿Qué hacer cuando se le niega a la prensa brasileña, aun en el caso de que lo hubiera querido, difundir las apreciaciones del Vaticano sobre el uso indiscriminado de torturas policiales?

El problema es todavía más complejo. Un tipo de toma de posición eclesial como la de Medellín, o la Pastoral de Adviento, o las conclusiones de los laicos en las reuniones finales de la Pastoral de Conjunto, *es ciertamente publicado*. Pero en órganos de prensa caracterizados ideológicamente y, por cierto, de izquierda. Lo ignoran los grandes diarios que pretenden no ser ideológicos, siéndolo; pero aparece en diarios más pequeños, de una izquierda que se presenta abiertamente como tal, y que,

e(1) Órgano del Comité Latinoamericano de la fe (CLAF). Departamento de Catequesis de CELAM, enero-marzo, 1970. Como material rescatable en este punto véase el artículo del Dr. Pierre Fuster y de la Dra. Maritza Izaguirre, “Instrumentos y medios de comunicación social que actúan como poderes de personalización y socialización”, pág. 81-102.

(2) Cf. en este mismo número el estudio sobre la “Imagen de la Iglesia en la prensa montevideana”.

sin ambages, lo utiliza. Lo utiliza exactamente como la prensa de derecha utiliza diariamente otras toma de posición de la Iglesia que le interesa destacar. Pero parecería que la izquierda comprometiera más a la Iglesia que la derecha, sobre todo en periodos de represión... De todos modos, el empeño de llegar a la gran masa de lectores hará siempre preferir ser utilizado por los diarios de la derecha.

En esas circunstancias, no sería lógico que la Iglesia procure tener sus propios medios independientes de comunicación social, sus propios instrumentos de llegar a la masa? El argumento parece válido a primera vista, y tal vez lo sea en ciertas circunstancias.

Pero es menester evitar la ingenuidad. Y, para ello, nada mejor que leer y comentar con nuestros lectores un notable documento aparecido en *Periodistas Católicos*, órgano de la UCLAP (Unión Católica Latino Americana de la Prensa). Se trata de un discurso de su Secretario, y director del BP Color de Montevideo, Dr. César Luis Aguiar ⁽³⁾.

Entiendo que el documento es excepcional por la extraordinaria lucidez y valentía con la que reconoce y denuncia la sujeción en la que se encuentra tal tipo de prensa, por más que pretenda precisamente escapar a ella; y por la notable habilidad con la que, aun en medio de su estructura actual, se justifica ideológicamente el mantenimiento por la Iglesia de ese instrumento específico que es el diario católico. El ámbito latinoamericano en que fue pronunciado el discurso y la influencia internacional de que goza el Dr. Aguiar en este dominio le dan a su pensamiento una importancia que sobrepasa ampliamente nuestras fronteras.

I

Sintomáticamente, el discurso aludido lleva como título "Prensa y estructuras en América Latina". Sobre éstas últimas, en cuanto gravitan en la primera, encontramos las seis afirmaciones siguientes.

La primera concierne a la ambigüedad, querida o no de la información entre la que debe moverse el periodista.

Esta tarea profesional no puede cumplirse eficazmente, si se omite, aunque sea por un momento, la consideración del conjunto de factores que a cada instante pesan sobre el acontecimiento mostrándolo desde quizá alguna de sus virtualidades. Muchos de esos factores son circunstanciales, y derivan del propio acontecer cotidiano, que en su dimensión universal hace coincidir, por ejemplo, la primer visita del hombre a nuestra luna con el desarrollo de este Congreso, con la reiteración de algún suceso sangriento en el Vietnam o con un nuevo brote de violencia en la ciudad vecina, y arroja en batiburrillo sobre cada mesa de redacción sucesos que al mismo tiempo reclaman nuestra atención, y nos obligan a decidir, en un abrir y cerrar de ojos, entre el paseo en común del Presidente Kennedy con la señora de Onassis por alguna playa tropical, y la confirmación del uso de corazones artificiales para el mantenimiento más prolongado de la vida del hombre.

La cotidiana existencia de esa mesa de retazos, con la que debemos construir la comunicación periodística cada día, es un problema del que somos conscientes y que excita nuestro saber profesional, para encontrar sin titubeos la respuesta que satisfaga debidamente el "deber ser" de la historia de cada momento y la expectativa del lector. Pero también a cada momento se introducen en nuestra mesa de retazos hechos espúreos, datos interesados, informaciones tendenciosas, servicios inofensivos, multitud de materiales, que no son necesariamente por sí mismos imágenes deformadas del diario acontecer, pero que no son, tampoco, el hecho objetivamente descrito que puede ser presentado al público como un elemento importante para su información.

Es que la comunicación social, de tal modo integra y activa el proceso de la vida cotidiana, que ya es un lugar común, y hasta una técnica que pretende tener su propia ética, servirse de ella para obtener reacciones calculadas de parte del público. Poco importa, a nuestros efectos, que tales materiales evidencien ser pura propaganda o se revistan con el más elegante ropaje de las relaciones públicas, o en fin se sitúen en cualquier punto intermedio entre ellas dos. Ni nos es necesario dejar constancia expresa del ámbito, lícito y justificado, que en el hecho de la comunicación social corresponde a esas ramas específicas. Simplemente anotamos aquí, que existen no pocos abusos en esas técnicas, y que constantemente estamos expuestos a caer, por sorpresa, al nivel de instrumentos no declarados.

La segunda concierne a la intervención deformante del Estado en prácticamente la totalidad de los países latinoamericanos para "lograr un ámbito de conformidad ciudadana".

(3) Nos. 10-11 (julio-setiembre, 1969).

No son esos, solamente los riesgos que corremos frente a la estructura oficial. Quizá ni siquiera sean los más graves, a pesar de su frecuencia. El Estado exige a veces de los medios de difusión una determinada conducta, la omisión de ciertas noticias, determinada presentación para otras. Y lo exige con técnicas muy diferentes, a veces solapadas, a veces brutales y directas. Prácticamente no existe un solo gobierno en América Latina que por una u otra vía no esté hoy requiriendo determinada conducta a la prensa. A veces se trata de controles económicos; a veces se trata de aprovisionamiento de materiales, a veces son *modus vivendi* silenciosamente pactados, a veces son claros y crudos decretos. Todos los estados latinoamericanos están hoy pretendiendo imponer formas de actuación periodística que suponen siempre la deformación de la verdad y el condicionamiento de la opinión pública en sentido favorable a la política que cada Estado pretende seguir.

La tercera concierne a la presión conformista ejercida sobre la empresa periodística por todos los que de ella retiran salario y sustento.

Sería bien fácil recomendar una política de enérgica resistencia ante la coacción oficial, si el que-hacer periodístico no estuviera necesariamente sustentado en otra estructura, la de la empresa que tiene sus propias exigencias y que también impone limitaciones. Siempre puede pedirse al héroe que hay dentro de cada periodista, que enfrente al Estado y corra el riesgo de la prepotencia oficial. Pero un diario o una revista es también un conjunto de hombres que ganan su vida en el ejercicio de una profesión como obreros, como redactores, como funcionarios, como vendedores. La opción, entonces, no es la de ser héroe, soportando personalmente las consecuencias de la propia rectitud, sino colocar a todo ese conjunto de colaboradores frente a riesgos como la desocupación y el hambre. Y es, además, inmovilizar un capital, a veces ingente, que no puede permanecer improductivo sin agotarse, y sobre todo sin rendir a la sociedad los frutos que de él deben derivar.

Entramos así en la consideración de otros riesgos que para el deber profesional derivan de la estructura misma del periódico: la empresa, sinónimo de un interés económico que busca obtener un fruto, y las personas mismas que hacen periodismo, sujetas ellas también a su propia ideología, a sus exigencias materiales, a su más básica necesidad vital. Sin llegar al extremo de algún pretendido periodista que afirmó de sí mismo haber vendido su conciencia a la empresa a cambio de su salario mensual, ¡qué grande variedad de actitudes y de conductas antes de llegar al héroe! Cada una de esas conductas es un riesgo para la objetividad. La pre-

sión de los intereses empresarios es también frecuentemente un condicionante para la verdad.

La cuarta concierne a la presión ejercida por la calculada reacción de la masa de lectores, alienada por la estructura social "inhumana" hasta el punto de desinteresarse, por ejemplo, de los problemas específicamente latinoamericanos...

Está también presente el éxto que buscamos, como factor inevitable de la deformación de la actualidad. La aceptación incondicional del patrón de valores callejero, requisito al parecer indispensable de la máxima circulación, nos lleva cada día a presentar la actualidad, no tal como es, sino tal como esperamos que nuestro lector la desee. Buscamos por esa vía atrapar la atención del último de los posibles lectores, para mantener así un máximo de circulación. Y toleramos entonces una deformación de la verdad atribuyendo al "gancho" la característica de lo dominante, de lo más importante y auténtico de la actualidad.

No ha habido una sola reunión desde que en 1959 se fundara nuestra Unión en Lima sin que tuviéramos motivo para analizar la escasa e insuficiente información que sobre nosotros mismos, sobre América Latina, se ponía a nuestro alcance por los canales corrientes de información. Ya hace pues más de 10 años que somos conscientes de nuestro propio defecto, y la verdad es que no hemos decho lo necesario para corregirlo. Insistimos en quejarnos del mal trabajo que hacen otros, las agencias de noticias, las internacionales tanto como las propias católicas. Pero la verdad es que cada día llegan a los diarios y a las revistas de información miles de palabras sobre América Latina, y que salvo honrosas excepciones no las usamos porque no tienen suficiente atractivo para nuestro público. Porque, de hecho, somos sensibles a la reacción del lector y nos negamos a intentar encauzarla hacia centros de interés menos sensacionales y más profundos. También nos negamos a sacrificar espacio en aras de informaciones cuyo porcentaje de público no es grande.

La quinta concierne a la presión que sobre el contenido mismo de lo que en la prensa se dice ejerce, de manera decisiva, la publicidad o propaganda comercial que le es necesaria.

En un terreno totalmente diferente hay que considerar la influencia económica que se ejerce, o se intenta ejercer, o se supone que existe sobre la prensa. La importancia vital que tiene la publicidad para la salud financiera de la prensa, explica este cargo, tanto como la frecuencia con que se le escucha, y la reticencia que los periodistas tenemos para con-

siderarlo. Y sin embargo es necesario afrontarlo desde un triple punto de vista.

Por otra parte, ¿con qué independencia de espíritu busca o acepta la prensa su publicidad? ¿qué objetivos se persiguen por el avisador al efectuar la publicidad? ¿dónde queda, frente a la publicidad, la libertad del lector? Si queremos responder estas preguntas ateniéndonos a lo que ocurre hoy en América Latina, las respuestas pueden cubrir sin error los 360 grados del horizonte.

La sexta y última, específica de la prensa católica, concierne a la supervisión de la autoridad eclesiástica, no siempre favorable a que se critiquen decisiones tomadas o se discutan asuntos internos a la comunidad eclesial.

Gracias al claro magisterio de Pío XII sabemos y reconocemos el derecho y la necesidad de la opinión pública en la Iglesia, sin la cual ésta vendría a ser una sociedad enferma. Veinte años después, continuamos preguntándonos cómo puede existir una opinión pública de la Iglesia, cuáles han de ser sus legítimas formas de expresión, o qué punto las corrientes de opinión se convierten en instrumentos de anarquía, y dejan de ser opiniones para convertirse en facciones divisionales. Es bien frecuente escuchar, en los medios profesionales el reclamo porque aquí o allá la Autoridad Eclesiástica sofoca una expresión legítimamente expuesta, sosteniendo que se ataca sin derecho al Magisterio o al Gobierno de la Iglesia. Todos sabemos que, a menudo, la queja es fundada porque no todos los Pastores se ubican al respecto con tanta exactitud como el Vicario General de Munich. Pero todos sabemos, también, que en el ejercicio pretendido de la libertad, no pocas veces se violan normas legítimas de la Autoridad, o se lleva a terrenos absolutamente inesperados, análisis de doctrina que por su naturaleza misma pertenecen al dominio del Magisterio: en una palabra, somos plenamente conscientes del punto en donde la divergencia legítima se transforma en rebeldía soberbia, pero escuchamos a ésta tras razonamientos especiosos.

Entiendo que hay que agradecer al doctor Aguiar la sinceridad y lucidez con que describe una estructura, tanto más cuanto que, al hacerlo, (sabe que, al hacerlo) está poniendo en cuestión su propio diario, donde es perfectamente visible el juego de todos esos elementos.

II

Pero el diario católico —BP Color, en la ocasión— debe ser más que todo eso. Porque, no

obstante todo ello, existe. Luego, no es sólo un conjunto de dificultades y presiones deformantes: debe ser el resultado de un juicio de valor que estime, a pesar de todo, útil su aparición y permanencia.

En otras palabras, todo lo dicho anteriormente es una limitación, sí, pero una limitación justificada. Y por eso debemos acudir nuevamente al discurso del Dr. Aguiar para leer en él, esta vez mucho más entre líneas, la justificación aludida.

Creo que tal justificación, primero negativa —explicación de fracasos— luego positiva —explicitación de finalidades—, se basa en un uso no presisamente insincero, pero sí tendencioso, de ciertos términos.

1. La primera y significativa ambigüedad de esa justificación radica en el juego con el término *pastoral*. La prensa no puede ser un instrumento “pastoral” de la Iglesia, so pena de fracasar.

Desde el viejo “El Bien Público” de 1878 al BP Color contemporáneo, la Iglesia ha mantenido en América Latina una tradición constante y empeñosa de prensa católica diaria, que ha tenido y tiene ejemplos de éxito y de fracaso. Este último se ha debido, es necesario subrayarlo, a la causa que anota el Congreso del Episcopado en Medellín: Sin perjuicio de un apoyo, a veces denodado, lo que ha fracasado es, principal si no exclusivamente, el enfoque pastoral. Quizás me sea lícito decir que, si hasta 1930, ese enfoque pastoral coincidía o era paralelo a los fines mismos del diarismo de entonces, desde esa fecha a nuestros días se fue creando un foso cada vez mayor entre lo que el diario puede o debe hacer, y lo que la Iglesia ha esperado o querido que haga. Algunos vieron la situación, y se aplicaron a corregir la divergencia. Cabe a “Los Principios” de Córdoba el honor de haber advertido el primero el problema, y haberlo resuelto como correspondía. Quienes anduvieron por el mismo camino, mantuvieron su salud. Otros insistieron en mantener un enfoque pastoral superado por la realidad, y llegaron al fracaso.

Entiendo que el empleo de la palabra “pastoral” está sabiamente calculado. Alguien podría pensar: si el diario católico no puede tener finalidad pastoral, para qué existe? Pero quien así reflexione está entendiendo por “pastoral” toda la tarea de la Iglesia.

Ahora bien, no es obviamente en ese sentido que el Dr. Aguiar utiliza la palabra pastoral

Y ello es tan obvio que hace olvidar la pregunta anterior.

Por el contexto histórico —preconciliar— al que se refiere, desecha la intención pastoral en el viejo sentido en que llamábamos así a un boletín parroquial, por ejemplo. Palabras como “apostolado”, “apologética”, “instrumento eclesiástico”, serían los sinónimos apropiados. Y el *Osservatore Romano* el ejemplo más típico.

El sentido estrecho y pasado de moda de la palabra *pastoral* permite, pues, descartar sin excesiva dificultad, mediante la constatación del fracaso, una finalidad posible para un diario católico.

Pero, como enseguida veremos, de descarte en descarte se nos traslada, sin darnos cuenta, al ámbito de la pastoral en su sentido más pleno y actual: un diario católico no puede tener prácticamente nada que ver con la función de la Iglesia. (4)

Veámoslo.

2. La segunda —y todavía más significativa— ambigüedad radica en el uso del término *educación*, que ha de ser descartado igualmente como finalidad posible para un diario católico.

Permitanme decir, con todo respeto, que los medios de comunicación social no tiene ninguna misión educativa que cumplir porque su misión es la de informar, la de proveer al público con los datos de hecho que han de permitir a cada uno saber lo que pasa y tomar su propia actitud personal. Esa misión es seguramente educativa como lo es la de un manual de química o de electrónica. No lo es, cuando se utiliza la palabra “educación” en el sentido tradicional y venerable de conducir, de llevar de la mano al educando hacia su perfección humana. Esta no es la tarea del periodista, por mucho que el hombre viva tres cuartas partes de su vida en el ámbito de la comunicación social.

Porque su tarea no es educar, los diarios no pueden ser instrumentos de catequesis, ni de apologética, ni de sistemática formación de conciencia. 1

En esta última tarea trabajan; pero no están guiados por otro elemento que la misma actualidad, el

diario acontecer, el sucederse efímero de hechos formalmente inconexos e inesperados. Es en la fidelidad a los hechos, en la búsqueda exigente de la objetividad, en la intención confirmada de dar al lector la descripción desapasionada de aquel acontecer en donde está la tarea del periodista, y en donde es posible descubrir el cumplimiento de la parte que le cabe en la educación.

Por olvidarlo, por no querer admitirlo, la prensa fracasa, y la prensa católica, aunque se vista de galas gráficas, aporte abundante documentación y haga alarde de exquisitez teológica sigue siendo la prensa parroquial, la prensa de sacristía, para iniciados, para convencidos, que nadie lee, porque nadie compra diarios o revistas para leer sermones, aunque estos versen sobre la liberación temporal del hombre.

El argumento es, en apariencia, claro. La prensa “educativa”, una vez más, fracasa. Luego, no puede ser ésta la finalidad de un diario católico. Ahora bien, ante la inminente reiteración de la pregunta, entonces, ¿tiene aún razón de ser?, advertimos, una vez más, que la palabra “educación” está tomada en un sentido restringido. Se atribuye a “educación” “el sentido tradicional y venerable de conducir, de llevar de la mano al educando hacia su perfección humana”.

Con este matiz se alude nuevamente a un concepto pasado de moda de educación popular: el paternalista, el de una “sistemática formación de conciencia”. Por ende, “no se pida a la prensa lo que ésta no puede hacer sin suicidarse”.

Estaríamos dispuestos a aceptar que un paternalismo periodístico fracasa no sólo o no tanto por la rebelión del lector, sino porque exige una previa “convicción” que une al lector con el periodista, y claramente se percibe que el grado de esa convicción en el caso de una educación liberadora es menor que el supuesto por el paternalismo que apoya al *status quo*. “Nadie compra radios o revistas para leer sermones, aunque estos versen sobre la liberación temporal del hombre”. No estamos de acuerdo con el “nadie”, pero comprendemos que así lo califique quien necesita de un gran tiraje para tener éxito.

El Semanario político, el estilo francés, no ha logrado carta de ciudadanía en América Latina. La excepción puede ser el núcleo formado por Buenos Aires y Montevideo, donde tales semanarios tienen

(4) Es, no obstante, curioso que los fondos que posibilitan la existencia de BP Color provengan de la institución alemana *Adveniat*, cuya distinción con su paralela *Misereor* consiste precisamente en su especificidad pastoral (mientras que *Misereor* opera en el plano de la promoción humana general).

un público fiel y relativamente voluminoso. En los demás países sus funciones siguen siendo cumplidas por la prensa diaria de reconocida filiación política. Puede anotarse alguna expresión, como "El Eco Católico" de San José de Costa Rica, o "Comunidad" de Asunción del Paraguay, que sin perjuicio de su no afiliación, prestan atención importante a los problemas político-sociales de su país, aunque ese no sea su objetivo principal. "El Catolicismo" de Bogotá mantiene en este terreno su secular influencia. Pero dos golondrinas no hacen verano. Y el semanario de mayor circulación en América Latina, "Esquiva" de Buenos Aires, aunque se interesa normalmente en el campo que consideramos y cada vez lo hace más, no puede aún ser clasificado en este sector. Su público no es aún, el público de los problemas político-sociales.

He citado semanarios católicos. Las revistas, como "Criterio", "Mensaje", "Sic", "Hora Presente", "Voces", "Roma" o "Vispera", destinadas a diferentes niveles de público culto, han logrado también una masa relativamente importante de lectores fieles. No sorprenderá a nadie saber que con excepción de la primera no tienen robusta salud económica y se apoyan en estructuras paralelas que las sostienen. No sólo es natural que esto sea así sino que ese es el único medio posible de asegurar su existencia y facilitar la penetración en el público al que están destinadas. Su tarea es misional, al mismo título que las misiones de la Congregación Pontificia, y como tales misiones suponen el apoyo de quienes las han enviado. Son la vanguardia de la presencia, de la búsqueda, del fermento cristiano y como tales, necesitan, y tienen el derecho de exigir, el apoyo de las masas que vienen detrás. No estoy avaluando su posición o su ortodoxia. Digo simplemente, que su tarea de formación de conciencia, nos guste o no su particular orientación, requiere una estructura de asistencia económico-financiera que para nada las descalifica, porque es inherente a la tarea que realizan.

Todo esto nos parece plagado de inexactitudes y obviamente tendencioso. Tenemos especialmente en mente el caso de "Comunidad", cuya evolución, importancia, finalidades y compromiso hubieran dado materia para fecunda reflexión a quien tuviera otras premisas sobre las relaciones entre Iglesia y medios de comunicación social.

Pero, aun suponiendo la verdad de ese cúmulo de afirmaciones, no tenemos que pasar por alto que, de un sentido restringido de la palabra "educación" se ha pasado insensiblemente al rechazo de toda acepción posible del término. El diario es sólo "informador", a la

manera de "un manual de química o electrónica". Aun el diario católico... Veamos por qué proceso se llega a justificar ese extraño uso de las palabras.

3. Esto nos lleva a una tercera y más decisiva ambigüedad: la que rodea a las palabras "público" y "opinión pública", sujeto y objeto de una posible "educación" en sentido amplio.

Se debe, dice el Dr. Aguiar, a través de la prensa "proveer al público con los datos de hecho que han de permitir a cada uno saber lo que pasa y tomar su propia actitud personal" (los subrayados son siempre míos).

La consideración de su "público" no puede, en efecto, ser ajena a una prensa que no quiere fracasar ni ser mantenida económicamente por "estructuras paralelas".

Ahora bien cómo es ese "público"? Por una parte se lo presenta como necesitado sólo de datos y hechos para formar su opinión.

No se puede omitir la satisfacción, cuando se comprueba que aquí y allá, prácticamente en todas partes del mundo, pero también en América Latina, el diario objetivo, documentado, atento al acontecimiento sustantivo y profundamente interesado en el quehacer social, va ocupando, cada vez más un lugar de predilección en el favor público mientras se reduce la participación en el mercado de los diarios sensacionalistas o tendenciosos. La misma orientación se observa en el crecimiento de las revistas de interpretación, con denso texto y comentario analítico, respecto de las revistas ilustradas que sin embargo incluyen una tarea esencial en la documentación gráfica de la actualidad.

Sospechamos que ese "público" progresivamente culto en América Latina constituya la clientela de la gran prensa, es decir, de los que, encuadrados en el *status quo*, son, de hecho, "tendenciosos y sensacionalistas" (5).

Pero pasemos. Porque "desde un segundo punto de vista debemos también considerar este punto de la caracterización del público":

La descripción que yo hago de un suceso, no es la descripción que comprende el lector individual, y ni siquiera el lector medio. Creyendo de buena

(5) Cr. en este mismo número "Pueblo, Fe y Alienación".

le haber transmitido una verdad, yo puedo haber, en cambio, comunicado una versión que el público recoge falsamente. Yo habré contribuido así, sin quererlo, pero con absoluta seguridad, a aumentar la confusión pública.

Es sumamente ilustrativa la clara confesión de que no le basta al "público" con "datos de hecho", objetivos y documentados, ni siquiera con el "acontecimiento substantivo" para formar su opinión propia y personal. (6)

Errores de este tipo, que hacen dudar de la capacidad del periodismo para ofrecer al público el servicio que éste necesita, nos advierten duramente contra un riesgo grave y permanente: el de confundir nuestras opiniones personales, lícitas como las de todos los demás hombres, con "la opinión pública".

El equívoco de "público" y de "opinión pública" es, pues, evidente y sagaz. El diario necesita público y por ello, no debe suponer en él convicciones personales definidas que éste no tiene y que llevarían al diario al fracaso. Por otro lado, se supone que el diario católico presta un servicio a la opinión pública, que no puede consistir en una educación, y que, por ende, está en proporcionar "exclusivamente datos, sin mezclar *opiniones personales*", a pesar de saber que el público va a "recoger falsamente" esa versión "desapasionada"... (7)

En medio de los pueblos, columna de verdad en sí, eso sería, entonces, el diario católico, y ése sería el único servicio que puede razonablemente ofrecer. Pero una vez más, ¿cómo justificar de tal manera su existencia?

4. Ello nos conduce a la última y más profunda ambigüedad: la que radica en el uso de la gran palabra, la de *verdad*.

¿Qué es verdad en la tarea periodística? ¿Dónde está la última —y, según el texto, única— justificación de un diario católico? Al llegar aquí, el lector deberá tener en cuenta lógi-

camente el contexto de presiones deformantes que el Dr. Aguiar describió y que reproducimos en el primer párrafo. Hecha esta aclaración volvamos al texto.

En primer término la descripción objetiva de la verdad que es el fin esencial de nuestra tarea profesional, depende de nuestra posibilidad de acceso a los hechos, a su conocimiento más completo. Este acceso no está normalmente en nuestras manos y depende casi totalmente de la fuente misma de la información.

No obstante esto, la verdad fundamental, por más escondida que esté, el Dr. Aguiar la conoce, como periodista conciente, y la afirma en términos generales al final de su discurso.

Las estructuras sociales políticas, económicas, educativas, de nuestros países, son, en mayor o menor grado injustas. Llegan a ser inhumanas.

Ahora bien, una verdad poseída en sí, comprendida sólo por el periodista, no es obviamente la verdad que justificaría la función de la prensa. Tanto más cuanto que estructuras calificadas de "inhumanas" no pueden dejar de falsear el acceso a los hechos, así como su captación, por más objetivos y substanciales que sean.

¿Qué propone, pues, el conferenciante para que la verdad se conozca y llegue efectivamente a la mente del lector?

Desde ese mismo momento, el mensaje se independiza de nosotros, y no dice lo que hemos querido decir, sino lo que cada lector ha escuchado o ha querido escuchar. Así se metamorfosea, se funde con otros mensajes simultáneos o posteriores, y se convierte en una opinión que casi nunca es la que nosotros creímos. Así transformada vuelve hasta nosotros, para integrarse en el nuevo mensaje que preparamos para la mañana siguiente. Necesitamos estar pronto para recogerla y aceptarla, reconociendo humildemente nuestra parte de culpa en sus errores dispuestos a enmendarnos la plana, y rectificar nuestros juicios, a encontrar la palabra que corresponda, y a completar más, si es posible, nuestro conocimiento de la realidad.

Y aquí viene lo más absurdo. Si las estructuras injustas hacen que el lector lea lo que quiere leer, es decir, lo que le conviene leer,

(6) Es de notar la prescindencia con respecto al problema de las torturas policiales que otros diarios no confesionales ni marxistas han subrayado.

(7) ¿Será tal vez por eso que el BP Color no se prestó a publicar las cartas llegadas a su redacción en defensa del Sr. Arzobispo de Montevideo y de sus inmediatos colaboradores, atacados como comunistas ante la opinión pública por cartas aparecidas en algunos diarios y firmadas por gran número de sedicentes católicos?

y si ello vuelve como interrogante y exigencia al periodista, lo que se le pide a éste no es que choque más violentamente aún con esa comprensión alienada.

El hecho en toda su superficialidad, sigue siendo ejemplar porque nos recuerda la necesidad de mantener nuestro espíritu despierto, constantemente receloso de los caminos trillados, permanentemente dispuestos a investigar lo que no es corriente, lo que sale de lo habitual, en una palabra lo que todavía nos es desconocido para alcanzar de ese modo un más vasto conocimiento de la realidad, una visión más completa del suceso.

Quizás no baste con ello. Debemos cultivar la desconfianza respecto de nosotros mismos, desarrollar el hábito de poner en duda nuestras conclusiones y de descubrir nuevas facetas en cada suceso. Los acontecimientos son como las monedas, tienen dos caras, y por más detallado que sea nuestro conocimiento de una de ellas, no la habremos conocido en su integridad, si no nos preocupamos por conocer, con idéntico detalle, la otra cara de la moneda.

Esto nos lleva a pensar en nuestras técnicas de conocimiento de la realidad. Es cierto que hay hechos simples que podemos abarcar con facilidad y describir con pocas y comunes palabras. Un accidente de tránsito es un accidente de tránsito y frecuentemente sólo es eso. Pero los accidentes de la vida cotidiana no son sólo accidentes de tránsito, y aún en éstos a menudo descubrimos lo infrecuente, lo insólito. Y tenemos que estar preparados para descubrirlo intuitivamente y dar así a cada cosa su exacta dimensión y su trascendencia social.

No obstante, no es en lo "insólito" ni en lo "infrecuente" donde la opinión pública hallará la verdad sobre "estructuras" inhumanas.⁽⁸⁾ Más aún, frente a ellas no existirá mayor escapismo ni mayor mentira que lo insolito y lo infrecuente. Y qué decir cuando, frente a la injusticia introyectada en el lector, se nos advierte que no tienen lugar en la prensa los "profetas", última pastoralidad pastoral y educativa de la opinión pública?

(8) Lo insólito puede ser significativo de una estructura. En ese caso es sintomático que BP Color lo omita. A raíz de la supresión de la Procesión de Corpus Christi por la autoridad eclesiástica, luego de prohibiciones, censuras y limitaciones policiales, BP Color dedica a la celebración del Corpus en el interior de la Catedral una foto y cuatro líneas explicativas. El mismo día El Debate publica el contenido de volantes distribuidos durante el acto.

La investigación no tiene por objeto demostrar que estamos en la verdad, sino darnos la medida de la distancia que nos separa de ella. No debemos usarla para aplaudirnos con ella, sino para corregir con severidad nuestra perspectiva. Frente a sus resultados no debemos ser ni pontífices, ni profetas. Solamente testigos.

Y es muy significativo que frente a lo insólito inhumano introyectado en el lector se pida al periodista "contrastar... nuestro propio entusiasmo con la realidad que surge fría, impersonal, de la investigación"; distinguir

Esa tarea de búsqueda y de rastreo, de rescate y de destaque exige constantemente un laborioso esfuerzo de distinción entre el "hombre-periodista", que vive en, por y para el mundo, sujeto a sus presiones, a sus reclamos, y a sus limitaciones, y el "periodista-hombre" que ha de tener frente al mundo el espíritu crítico, el cerebro frío, el pulso incólume, que se requiere a cada momento para acercarse cada vez más a la verdad, y para describirla tal como es, sin concesiones, sin simpatías, sin debilidades. exigir "la descripción desapasionada", "la objetividad impoluta (sic.) de la narración periodística"...

He aquí la dolorosa realidad: se nos dice que el único diario católico viable ha de consentir, mediante la objetividad sistemáticamente deformada, en convertirse en instrumento de un orden establecido, calificado de inhumano.

Sabemos que no siempre ocurre así y que diarios católicos logran dinámica, creadora y angustiosamente escapar a esta lógica diabólica que parecería imponerles la estructura social y política de nuestros países. Nos hubiera interesado, como católicos latinoamericanos, el cálculo ajustado de público y posibilidades que puedan hacer de ellos un instrumento de liberación. La posibilidad existe, y ejemplos en nuestro mismo Uruguay lo prueban.

En lugar de esto, se justifica sabiamente lo injustificable. El Dr. Aguiar es suficientemente sincero y demasiado inteligente como para no escamotear lo dramático de esta situación. Una de tantas, en una Iglesia que tal vez emprendió con entusiasmo simplista la tarea de ser fiel al Concilio y a Medellín en el ámbito latinoamericano, y se encuentra, sorprendida, ante opciones complejas e imprevistas.

Y no las puede soslayar. Los Obispos uruguayos, a través del sustantivo aporte de Adveniat son considerados como teniendo poder de decisión sobre BP Color, de donde saca principalmente el Dr. Aguiar su experiencia y donde aplica sus principios. Quieren los Srs. Obispos que esos principios se apliquen? Ciertamente no podrían alegar que los ignoran, puesto que el Dr. Aguiar tiene la lealtad de proponerlos y publicarlos a raíz de un encuentro latinoamericano.

Pero el problema trasciende las fronteras del

país. Normalmente, la pretensión de un diario a ser tenido como "católico" denota una relación muy estrecha con la Jerarquía de la Iglesia. Ahora bien, el discurso del secretario general de UCLAP y la línea expresada por quien tiene en el ámbito latinoamericano un poder de decisión muy importante, compromete y desafía a toda la prensa católica continental y, a través de ella a la idea y a la imagen que la Iglesia pretende que de ella se tenga allí donde el hombre está subordinado a "estructuras inhumanas".

La información religiosa debe cumplir una función liberadora: **"Los MCS son esenciales para sensibilizar la opinión pública frente al proceso de cambio que necesita Latinoamérica... ayudar a encauzarlo... impulsar... divulgar..."** (Med. MCS. 2.2)

Los MCS se convierten en agentes activos del proceso de transformación cuando se ponen al servicio de una auténtica educación integral apta para desarrollar todo el hombre, capacitándolo para ser artífice de su propia promoción..." (Med. MCS. 2.3).

La presencia de la Iglesia en los MCS debe ser ejercida por personas capaces y dignas, que obren como fermento:

"Cuiden además, que las informaciones concernientes a la religión se confíen a personas dignas y expertas..." (I.M. 11. Cfr. también 15).

"La inserción de los cristianos en el mundo de hoy, obliga a que estos trabajen en los MCS ajenos a la Iglesia según el espíritu de diálogo y servicio... como fermento en la masa..." (Med. MCS. 3.3).

Estos cristianos **"deben recibir una adecuada formación apostólica y profesional"**, que ha de incluir **"los conocimientos teológicos, así como los sociológicos y antropológicos que exigen las realidades continentales"** (Med. MCS. 3.5)

imagen de la iglesia en la prensa montevideana

pablo dabezies

El Centro Nacional de Medios de Comunicación Social ha pedido este estudio al Centro de documentación MIEC JECL. Sus autores son César Aguiar (H.), Guzmán Carriquiry y Pablo Dabezies. Consta este estudio de tres partes. En la primera César Aguiar estudia la "Estructura cuantitativa de la información sobre la Iglesia" en el transcurso de dos años, seleccionando la gran prensa de Montevideo que salió a luz ininterrumpidamente durante ese periodo. En la segunda parte Guzmán Carriquiry estudia la "Opinión sobre la Iglesia" a través de cinco polémicas que concitaron mayor atención periodística. En la tercera Pablo Dabezies analiza "La imagen de la Iglesia" que implícita o explícitamente proyectan los órganos de prensa. Demás está decir que este último trabajo está enteramente basado en los dos previos.

El estudio completo abarca casi un centenar y medio de páginas. En la imposibilidad de presentarlo a nuestros lectores hemos seleccionado de la tercera parte los capítulos y párrafos que señalan las principales conclusiones que se desprenden de este estudio sobre "La Iglesia en la prensa de Montevideo". (1)

A) La imagen de la Iglesia que ofrecen los diarios de Montevideo es una IMAGEN PARCIALIZADA.

1 — UNA IGLESIA ANTE TODO Y SOBRE TODO JERARQUICA

En los medios analizados la Iglesia aparece reducida casi exclusivamente a su dimensión jerárquica. Esta imagen de una Iglesia-autoridad, poco Pueblo de Dios, aparece a todos los niveles, ya se trate de títulos, despachos de agencias, de

fotos, como de comentarios editoriales y secciones más o menos habituales. Es significativo el caso de Permanencias (El País) y de Timoteo (El Diario) (2) que se refieren casi siempre a la docencia papal, o toman como blanco de sus ataques a sacerdotes y más veladamente obispos.

A nivel de la Iglesia universal la información está acaparada por la figura del Papa, el Vaticano y los grandes "personajes" de la Iglesia...

Todavía es más grave la desproporción cuando pasamos a la información sobre la Iglesia latinoamericana y nacional.

También aquí son los "personajes" quienes dominan: obispos, ya sea individualmente, ya como cuerpo (CELAM, Conferencias Episcopales) y, en medida decreciente, los sacerdotes (conflictos con obispos, celibato, compromiso socio-político). Los laicos siguen siendo los grandes ignorados...

(1) Los diarios que fueron objeto de este análisis desde junio del 67 a junio del 69 son los siguientes: LA MAÑANA y su correspondiente vespertino EL DIARIO (defensores del actual gobierno); ACCION vespertino estrechamente vinculado al gobierno; EL PAIS, matutino de la oposición; EL POPULAR, el matutino del Partido Comunista (FIDEL) y el BP: diario católico fundado por Juan Zorrilla de San Martín en 1878, quien después de un receso apareció en forma de tabloide en colores con el rótulo abreviado de BP Color. Quedaron fuera de este análisis EL PLATA, EL DEBATE, HECHOS, VERDAD, EXTRA y PRIMERA HORA por no cubrir todo el periodo analizado. Todos los diarios arriba citados son capitalinos, pero cubren todo el territorio nacional.

(2) Permanencias y Timoteo son dos sesiones regulares escritas por católicos. Permanencias aparece en EL PAIS (del partido Nacional) y Timoteo en EL DIARIO (del partido Colorado). Su orientación es claramente pre conciliar.

(3) El Plan Pastoral de la Arquidiócesis de Montevideo, dentro del marco de una Pastoral de Conjunto con-

Por otro lado, ya sea a nivel de la Iglesia universal, como latinoamericana y nacional, no existe absolutamente un tipo de nota que permita llegar a la vida y el sentir de los laicos.

Aún en el caso del Encuentro Socio-Pastoral del año 68, ⁽³⁾ acontecimiento mayoritariamente laical, la prensa transfiere el significado del trabajo a la órbita de la jerarquía: "explosivo documento curial" dice *Timoteo* en *El Diario*. Y "Aquinas" en *BP* quita todo valor a los dos primeros documentos por no tener una aprobación expresa del Obispo. Idéntico método siguen *Timoteo* y *El País*, al poner en duda la gran participación laical (10.000 personas) atribuyendo los resultados a quienes dirigen la Pastoral, acusándolos de "grupos exaltados", "laboratorio pseudo-intelectual", "figuritas repetidas". Únicamente *CAB* desde su columna del *BP* analiza el significado laical del Plan y del Encuentro, comparándolo con el Congreso de los Laicos de la Iglesia Uruguaya en 1910...

Admitiendo como natural el predominio de las figuras jerárquicas en la información es necesario preguntarse el por qué de tal desproporción. Una primera razón es la concepción vertical de la Iglesia, vigente todavía no sólo en determinados sectores de la Iglesia (precisamente los que más acceso tienen a la gran prensa), sino tal vez en mayor medida fuera de ella misma.

Otra causa evidente es la ausencia de informativistas religiosos capacitados, con una comprensión correcta de la Iglesia actual.

Mucho tiene que ver también la no utilización de las agencias de información cristiana, sobre todo en lo referente a América Latina (NA, por ejemplo). Y por último hay que señalar la carencia de una pastoral orgánica sobre los Medios de Comunicación. Nuestra Iglesia no sólo no produce prácticamente información, sin que tampoco tiene ninguna incidencia sobre los medios informativos.

2 — UNA IGLESIA EUROPEA Y MONTEVIDEANA

Otra de las características más salientes de la imagen de la Iglesia en los medios analizados es la de una Iglesia sobre todo europea y, en el caso

sistió en la reflexión, por grupos parroquiales, que alcanzaron la cifra de 10.000 participantes de un temario dividido en tres partes que se trataron en el correr del año 1968: "Nuestra Realidad Nacional", "Reflexión teológica de esa realidad" y "Opciones Pastorales". Al final de ese año los delegados de los grupos conjuntamente con sus asesores y planificadores de la Pastoral (en una asamblea que llegó al millar de asistentes discutieron las conclusiones a las que habían arribado todos los grupos sobre los tres temas. Este encuentro Socio-Pastoral ratificó por mayoría de votos los tres documentos correspondientes a los temas tratados durante el año, que señalaban las líneas pastorales a seguirse en Arquidiócesis, líneas pastorales que se fundamentan en la descripción de la realidad nacional y la reflexión teológica que se hizo sobre ella.

de nuestro país, montevideana...

Un caso significativo lo ofrece la encíclica *Humanae vitae*. En la polémica desatada inmediatamente después de su publicación, la prensa recoge casi exclusivamente las reacciones europeas y norteamericanas. De la respuesta latinoamericana a la Carta Papal no se informa, siendo así que poseía una originalidad indiscutida y una indudable "situación" latinoamericana...

Otro ejemplo lo constituye la visita del Papa a Colombia y la celebración de la II Asamblea General del CELAM en Medellín. La información se centra en la figura del papa, sigue todos sus pasos, recoge los aspectos más exteriores de su estadía. Comenzada la reunión de los Obispos, son solamente el *BP* y *El Debate* quienes ofrecen alguna información...

La Iglesia latinoamericana aparece así como el "lugar" de la visita papal. A la prensa (exceptuando tal vez el *BP*) le interesa muchísimo más la figura del Pontífice que la propia expresión de la Iglesia latinoamericana.

Sucede algo similar en lo que tiene que ver con el Uruguay. La información religiosa es abrumadoramente montevideana, mucho más allá de las proporciones normales...

Podemos citar algunos ejemplos. Contemporáneamente al Encuentro Socio-Pastoral de Montevideo, se realiza en Salto una Asamblea Diocesana, de vital importancia para la Diócesis. El único que informa, publicando el documento final, es *El País*.

Meses antes, mayo del 68, los sacerdotes de la diócesis de Melo y Tacuarembó se reúnen con sus Obispos en la ciudad de Melo y dirigen una carta a sus comunidades sobre la situación de esos departamentos y el necesario compromiso de los cristianos. A pesar de su importancia indudable, es publicada únicamente por el *BP* y *El Popular*.

Indicativa, casi compendio de toda una concepción, es la frase del diario "Hechos" presentando la Pastoral de Adviento: ⁽⁴⁾ "Respuesta de la Iglesia

(4) En diciembre de 1967 el Obispo de Montevideo conjuntamente con su Presbiterio publica la "Carta Pastoral de Adviento". Esta carta tiene evidentes referencias a las polémicas suscitadas en la prensa anteriormente todas las cuales se inscriben en la "Iglesia y la política" tomando posiciones muy concretas con referencia a la situación nacional. Señala la situación de violencia en la "sociedad establecida"; defiende la atingencia de la Iglesia y los cristianos en los problemas humanos; se solidariza con los sin voz; propicia un diálogo con los marxistas y todos los hombres de buena voluntad que luchan por la liberación de las estructuras enajenantes de la actual sociedad; llama a los cristianos de diversas tendencias en la concepción del orden temporal a un diálogo constructivo. Un juicio sumario de esta pastoral se podría sintetizar señalando que a un año de Medellín por su contenido parecería haber sido escrita después de la Conferencia Episcopal Latinoamericana.

uruguay a los acucientes problemas..."; la Iglesia uruguaya queda reducida a la de Montevideo.

Cabe preguntarse sobre las causas de tal panorama.

En la europeización de la información es indudable la influencia de las grandes agencias noticiosas, pertenecientes al mundo desarrollado. Pero otra causa cierta es la ya apuntada no utilización de las agencias cristianas latinoamericanas.

En el plano nacional, la ausencia de un centro informativo de la Iglesia medianamente creativo (el CMCS creemos que no ha alterado fundamentalmente el panorama, sobre todo porque informa casi exclusivamente sobre Montevideo) no permite recoger la realidad de la Iglesia del Interior del país.

3 — UNA IGLESIA MONOTEMATICA

La Iglesia que aparece en nuestros diarios es por otra parte una Iglesia parcializada en cuanto a los temas y problemas que son objeto de la información o comentario.

El gran tema dominante es el de la Iglesia-mundo. Dentro de este gran tema es posible situar una serie de subtemas: Iglesia y política, compromiso socio-político de los cristianos (sobre todo de los sacerdotes), infiltración marxista en la Iglesia, justicia y paz, relaciones Iglesia-Estado, etc...

Otro tema que ocupa asiduamente las páginas de los órganos de prensa es el de las estructuras internas de la Iglesia; reforma de la Curia Romana, Sínodo, crisis de autoridad, cardenales, verdadera y falsa reforma, abusos, tensiones en el seno de las Iglesias, dimisión de obispos, etc.

También ocupan un lugar importante los problemas sacerdotales. Pero en su gran mayoría (excepto tal vez la cuestión del celibato) se transcriben normalmente dentro de los temas Iglesia-mundo o estructuras internas de la Iglesia.

Si tomamos como padrón de juicio los temas afrontados por el Concilio (constituciones y declaraciones), se comprueba que entre los temas ya señalados y los demás existe una distancia abismal en cuanto a la cantidad de información.

El Ecumenismo constituye noticia únicamente cuando se trata de los grandes acontecimientos: visita de Athenágoras a Pablo VI, viaje del Papa a Ginebra. En lo que tiene que ver con el Uruguay todo está reducido a brevísimas comunicaciones sobre encuentros o conferencias.

El problema de la libertad religiosa es tocado casi exclusivamente en lo que tiene que ver con la situación de los cristianos en los países socialistas y casi siempre como argumento para combatir al comunismo, alertando sobre un futuro desastroso...

Este predominio del tema Iglesia-mundo es reflejo fiel de la conciencia eclesial postconciliar. Por eso constituye, en principio, un valor de la información. Decimos en principio porque el tratamiento del tema responde en la mayoría de los

casos a concepciones arcaicas por no decir erradas. Es por eso que generalmente está teñida de pesimismo, no sólo en lo que tiene que ver con las noticias sino sobre todo en los comentarios editoriales y en las secciones permanentes. El mundo es considerado, en general implícitamente, como un peligro para la Iglesia, ya que le acarrea complicaciones incesantes...

4 — UNA IGLESIA "COSIFICADA"

La Iglesia que aparece en los diarios objeto del estudio es una Iglesia exterior, cosificada.

En primer lugar, la información es casi exclusivamente sobre acontecimientos, cosas que hacen la Iglesia o los cristianos. Es cierto que los documentos, los extractos de discursos papales son frecuentes. Pero fuera de ellos casi no aparecen explicitados los porqués, el sentido que da la comunidad cristiana a sus acciones. Sobre todo, no existe información que acerque a la experiencia más íntima de los cristianos, que revele la riqueza de la Iglesia que no siempre aparece en el acontecimiento, por lo menos de manera explícita. A este respecto tal vez no sean los documentos el medio más apto para lograr ese fin, por su extensión y estilo.

Esta imagen de una Iglesia que casi se agota en ritos, reuniones, obras asistenciales, kermesses, beneficios, se ve reforzada sobre todo por las secciones permanentes de algunos diarios: "Agenda religiosa" en BP; "La Iglesia en el Uruguay y el mundo" de La Mañana y "Mundo católico" de El Debate. Su influencia se acentúa porque en muchas ocasiones toda la información religiosa se reduce a ellas. A estas secciones habría que agregar las fotos y crónicas de matrimonios insertadas en las varias "Sociales", "Notas mundanas", etc.

Los mismos comentarios editoriales abonan esta imagen. Como regla general se detienen en los aspectos más exteriores de las situaciones o problemas que recogen. Las polémicas analizadas en el segundo estudio son una clara prueba de lo dicho. Tanto al referirse a la pastoral sobre el año de la fe, como a la Pastoral de Adviento y a los documentos del Encuentro Socio-Pastoral, los únicos aspectos analizados son los que tienen que ver con la incidencia y compromiso social de la Iglesia dejando de lado otras dimensiones de los citados documentos (valencias de la fe, significación cristiana del Adviento y la conversión, dimensión salvífica de la crisis). Y son precisamente esas las ocasiones en que se intenta explicitar el sentido de la acción de la Iglesia en el mundo. Tal vez sea el BP el único que tímidamente intenta hacerlo a través de algunos de sus editoriales y sobre todo en las columnas ocupadas por CAB y Pablo Otero-Domingo Hernández, quienes inician un nuevo estilo: la profundización de los contenidos de la fe y el ser cristiano en el análisis de los mismos acontecimientos...

En el apartado B) de este capítulo Pablo Dabezies agrupo a los diarios, para bajar más al detalle, que confirma la imagen parcializada de la Iglesia. El primer grupo está compuesto por los diarios La Mañana, El Diario, El País y Acción. Presentamos algunos párrafos que dan la impresión general sobre el tratamiento de nuestra gran prensa sobre el tema Iglesia-mundo.

— Una visión dualista de las relaciones Iglesia-mundo.

Cuando hablamos de visión dualista nos referimos a ese modo de concebir la religión, la fe cristiana, la Iglesia como realidades de "otro mundo", distinto del mundo que vemos, realidades "sagradas", separadas, habitantes de lo "espiritual" como opuesto a lo "material". En este contexto, la Iglesia y el mundo no son sólo ajenos sino también enemigos y rivales.

Sería muy largo elencar las innumerables vertientes y manifestaciones de esta mentalidad. Señalaremos las más típicas, aclarando que no siempre aparecen explícitamente, sino muy a menudo como supuestos de afirmaciones más exteriores...

— El mundo como enemigo de la Iglesia.

De varias maneras se expresa la concepción de que el mundo es, (debe ser), ajeno a la Iglesia, enemigo, causa de continuas prostituciones de la religión.

En primer lugar, todo lo que sea "político", "social", ensucia a la fe y a la Iglesia. Así opinan en general los diarios citados al informar sobre los sermones del P. Zeballos en la Catedral. (5) Toda la información está dirigida a dejar bien sentado que Dios debe estar correctamente separado del César (la fraseología del P. Zeballos "no condice con la oratoria sagrada"). Acción define muy bien tal concepción al afirmar que la "misa se vió abruptamente interrumpida por la homilía improvisada".

Idéntica reacción en el caso Zaffaroni: (6) los diarios se escandalizan de que sea un sacerdote el que dice tales cosas ("nada menos que un sacerdote"... se ha mezclado al Evangelio con violencia).

Más enérgica es la condena del autor de la serie "Cristo falseado", que presenta un Cristo completamente "espiritual", que poco o nada tiene que ver con el mundo que le rodea. En la misma línea se sitúan varias reacciones a los documentos del Encuentro Socio-Pastoral; contienen abundantes "caídas políticas", dicen; utilizan inadmisiblemente a la Iglesia para sus fines (Dr. Aramendía en La Mañana). Timoteo ve precisamente una señal de ese mancharse de la Iglesia en la reacción laudatoria de El Popular.

A esto habría que agregar las indignadas y nunca acalladas acusaciones a Mons. Parteli por asistir al velatorio del estudiante Liber Arce. (7) El compromiso de los cristianos es visto peyorativamente. Sobre todo si se trata de sacerdotes. Acción Popular en Brasil, Camilo Torres y Zaffaroni, son citados como ejemplos aleccionadores. Tanta es la insistencia que los Obispos, Mons. Mendiárat y Rubio, tienen que rescatar precisamente el valor del compromiso del P. Zaffaroni, por encima de algunas opciones concretas no compartidas.

En segundo lugar, la misma concepción es abonada por las continuas alusiones a la división causada en la Iglesia por las distintas posiciones políticas de sus miembros. Así, al tratar de la Pastoral sobre el año de la fe (8) y la Pastoral de Adviento. Lo interesante del fenómeno es que el diagnóstico de los diarios citados es correcto: la división proviene ciertamente de las distintas opciones ideológico-políticas. Donde se revela la concepción dualista, de temor ante el mundo es en la valoración que se hace de la división. Es totalmente pesimista. Más aún, es posible rastrear varias expresiones que indican el deseo de volver a una Iglesia monolítica, que no sufra las divisiones del mundo. Por eso se les exige continuamente a

(5) El P. Ciro Zeballos, vicario de la Catedral de Montevideo, en el sermón dominical del 15 de octubre de 1967, hizo algunas aplicaciones evangélicas a la situación socio-política por la que atravesaba el país.

(6) El P. Juan Carlos Zaffaroni, sacerdote obrero, afiliado al partido político MRO (Movimiento Revolucionario Oriental) fue invitado al programa de TV "Yo y un millón" en el que su director le hizo preguntas capciosas sobre su línea política. Entrando en el tema de la liberación de América Latina, Zaffaroni afirmó que no tenía esperanza en la línea democrática dominada por los intereses económicos y expresó la seguridad de que tan solo por la lucha armada, como lo juzgó Camilo Torres, sería viable la liberación de este continente explotado y colonialista. En este contexto aseguró que el Uruguay estaba ya maduro para la línea de la violencia.

(7) Liber Arce fue la primera víctima de la represión policial. Su velatorio en la Universidad y su entierro fue la mayor manifestación popular que se realizó en los últimos años, a pesar de encontrarse el país en el marco de las "medidas prontas de seguridad", una especie de estado de sitio en que se suspenden las garantías constitucionales.

(8) La Conferencia Episcopal Uruguaya, con fecha 9 de noviembre de 1967 publicó una "Carta Pastoral en el Año de la Fe", en la que se distinguen dos partes fundamentales: la primera "algunos lineamientos básicos a los que se ajustará la acción de la Iglesia uruguaya para exaltar la fe"; la segunda se refiere al "problema social que afronta nuestro tiempo y para cuya solución la fe ofrece un aporte muy valioso" para pasar luego a condenar la violencia como medio de conservación o transformación social y exhortar a los cristianos a la unidad.

los Obispos que definan tajantemente la posición correcta para eliminar la tensión.

El tema de la "infiltración marxista" abundantemente tratado, revela también en su trasfondo un gran temor ante el compromiso de los cristianos en el mundo. Precisamente se atacan sin cesar las actitudes de diálogo de algunos cristianos. Zaffaroni y Camilo Torres son presentados como ejemplos lamentables de las consecuencias de tal diálogo. Quagliotti en su carta a los Obispos (Pastoral sobre el Año de la Fe) atribuye una virtud fatal a tal actitud dialogante: la pérdida de la fe. Y se acusa a Mons. Parteli (Pastoral de Adviento) de vivir en la luna por permitir y justificar el diálogo con los marxistas.

El compromiso de los cristianos en el mundo lleva por tanto al diálogo; el diálogo a la pérdida de fe, a la infiltración y desfibramiento de la Iglesia. Justamente, otra formulación de esa visión pesimista de las relaciones Iglesia-mundo se exterioriza en las repetidas alusiones y alertas al "desfibramiento", "desorientación", "resquebrajamiento", "claudicación" en que está cayendo la Iglesia ante la mirada impasible de los Pastores. Significativamente estos alertas aparecen casi siempre en momentos en que se discute sobre determinadas formas de la acción de la Iglesia en el mundo.

Hay que dedicar algunas palabras a dos secciones permanentes o habituales de los diarios citados: Permanencias de El País y Timoteo en El Diario. Ya es revelador que sean estos y no otros los cristianos que tienen una sección disponible. En ellos está presente de una manera clarísima esa concepción dualista. Se erigen en defensores de la pureza de la Iglesia y la fe cristiana, contaminada en estos días por una serie interminable de "ismos", puesta en peligro por la doctrina y la acción de sacerdotes y obispos que son objeto de sus más duras críticas.

El caso de Acción es ligeramente diverso. Opinando "oficialmente", por decir, aclara su posición en un editorial titulado "César y Dios". En él presenta una visión igualmente dualista (Iglesia y Estado cada uno por su lado).

Pero plantea el problema con mucha mayor coherencia. No juzga que la Iglesia se ensucie por entrar en el "mar embravecido de la acción política". Pero, alerta, si entra, debe atenerse a las consecuencias. Total coherencia con sus principios laicistas. En este sentido es fiel a su concepción a diferencia de los otros diarios citados, que de una antigua prescindencia y hasta hostilidad pasan a constituirse en los defensores de la ortodoxia católica.

— Lo espiritual como refugio.

La segunda característica que queremos señalar, mucho más brevemente, es como la contrapartida de la anterior. Si el mundo es concebido como algo malo para la Iglesia, la solución para evitar to-

dos los problemas es el refugiarse en el terreno de lo "espiritual".

Tal vez el ejemplo más significativo sea el de Permanencias. Muchas de sus notas de los lunes están dedicadas a reafirmar valores que a su juicio son dejados por el camino: la oración, la ascesis personal, la obediencia religiosa, el celibato, la humildad, etc. Pero porque los afirmara de manera preponderante polémica, los convierte en valores puramente espirituales, contrapuestos al compromiso, a la acción por la transformación de las estructuras. De este modo los valores fundamentales de la espiritualidad de la Iglesia pierden todo significado, pues son separados en un mundo aparte. Únicamente pueden ser cultivados (así parece) por aquellos que vivan apartados, incontaminados con la materia.

Igual concepción en la valoración de la misa, del Evangelio, de la figura sacerdotal. No deberían mezclarse, sino mantenerse en ese mundo superior y pacífico de lo espiritual.

— Una visión pesimista de la Iglesia actual.

Es esta la tercera característica que nos interesa señalar, ya que es de una gran persistencia en la información analizada. La Iglesia aparece en situación casi caótica, no sólo gravemente amenazada desde afuera (marxismo, infiltración...) sino en franca crisis interna ("desfibramiento").

Ante todo hay que reconocer que la información internacional contribuye no poco a crear esa imagen pesimista. Un caso típico lo constituyen los despachos que sintetizan los discursos papales. En general son publicados solo aquellos que muestran un Pablo VI severo, alarmado, condenatorio. En este sentido sería muy interesante hacer un estudio comparativo entre los despachos de agencias y el conjunto de los discursos del Papa.

Esa impresión es acentuada por los titulares con que se encabezan las palabras papales: Pablo VI está muy a menudo alarmado, preocupado; muchas otras veces "condena", "alerta", "deplora". Los titulares de los diarios citados con ocasión de la visita papal a Colombia son también muy significativos. El Papa parece haber ido a Bogotá para decir NO a la violencia, a la revolución. Las continuas exigencias al cambio, a las profundas reformas, a la responsabilidad de los dirigentes, aunque de hecho ocupan el primer lugar, son dejadas en la sombra.

En la polémica que rodea a la Pastoral sobre el Año de la Fe, se cargan mucho más las tintas. Denunciando la infiltración marxista, se habla de "resquebrajamiento doctrinal del catolicismo nacional", "desorientación de la masa católica", "confusión", "desfibramiento del catolicismo uruguayo". Se señalan las carencias de la Pastoral de Adviento que llevan al lector a la "confusión y extravío". Mons. Parteli y su Presbiterio "profanan la enseñanza de la Iglesia".

La polémica provocada por Zaffaroni es pródiga en tales afirmaciones: "el mal es grave y generalizado"; "se falsifica y desfigura" al Concilio Vaticano II; abundan los "falsos o extraviados profetas", las "visibles herejías", "secerdots que apuntalan enemigos de la religión".

Esta sensación de caos es acentuada en gran medida por las cotinuas alusiones a los Obispos que no cumplen con su misión, permaneciendo en silencio cuando todo se derrumba o, peor aún, contribuyendo al derrumbe. Sobre todo Mons. Parteli es objeto frecuente de esas críticas (y Mons. Mendiharat en el caso Zaffaroni). No habla cuando debiera hablar y así se hace cómplice de los malos cristianos. Por la Pastoral de Adviento es acusado de defender sacerdotes "progresistas". Otras veces de "lavarse las manos como Pilatos". Papel protagónico en esta clase de denuncias lo ocupan Timoteo y Permanencias. Estos dos van más allá aún. Aunque en general veladamente tratan de oponer sistemáticamente la figura del Obispo a la de Pablo VI, predicando la obediencia a este último por encima del Pastor de la diócesis. Así se

erigen en campeones de la ortodoxia católica frente al Obispo que descuida sus obligaciones.

La Iglesia entonces aparece en un estado de gran desintegración. La infiltración del mundo en general (y en especial la marxista) está minando sus bases más firmes. Y la misma Iglesia es incapaz de reaccionar. Sus pastores callan, o por ineptitud, o por miedo o por infidelidad a su misión. Eso es lo que se deja entrever.

Para terminar con este grupo de diarios es necesario recordar la paradoja apuntada por Guzmán Carriquiry en su trabajo (Conclusiones, E).

Mientras la Iglesia sostiene o no cuestiona el "status quo" no es absolutamente atacada por estos órganos. Más, aun en una clara negación de sus premisas es considerada como el soporte de las instituciones, del Estado, de determinado tipo de vida ("occidental y cristiana"). Unicamente el mundo aparece como peligroso y la Iglesia como profanada, cuando la Iglesia se hace crítica. Entonces es que se le exige volver a su "terreno", el de lo espiritual, el de Dios, de las almas, de los grandes y abstratos principios.

De este mismo capítulo extraemos algunos párrafos del análisis sobre el BP. En general es tenido por el diario católico.

Se dice que los Obispos tienen acciones en su editorial y para resucitarlo se hizo una gran campaña entre sacerdotes y católicos para vender acciones. Pero lo importante es que en el sentir común se tiene por el diario católico y editorializa desde un punto de vista católico. Esta impresión no es solo nacional, sino que en el extranjero es presentado por su director, César Aguiar, como diario católico.

Pablo Dabezies después de afirmar que el BP tiene mayor cantidad de información religiosa declara que es casi imposible detectar una línea matriz o configurar una imagen de la Iglesia a partir de sus páginas.

Presentamos el párrafo en que analiza las relaciones Iglesia-mundo y las conclusiones.

a) Iglesia-mundo.

El BP no es ajeno a los condicionamientos del momento. Por eso el tema Iglesia-mundo, impuesto por la actual conciencia y experiencia, ocupa en el lugar preponderante...

1) En la información internacional

Siendo más abundante que en los demás diarios, participa igualmente de las parcializaciones ya apuntadas.

Es imposible detectar un criterio ordenado a crear determinada imagen de las relaciones Iglesia-mundo. Tal vez el único criterio sea el de la cantidad.

De todos modos, la repetición de ciertos títulos (Papa preocupado, que denuncia, que arvierte) y la insistencia en la condena de la violencia desde los titulares (sobre todo en el caso de los discursos de Pablo VI en Bogotá) parece indicar una cierta tendencia a "preservar" a la Iglesia, a deslindar campos. Pero no es justo insistir demasiado en esto.

Por otra parte, todas las notas de CAB y Domingo Hernández-Pablo Otero sobre la Iglesia latinoamericana) crean efectivamente la imagen de una Iglesia para el mundo, comprometida con él. Hay que notar que estas columnas de la página editorial, no sólo crean esa imagen en base a la ejemplificación (experiencias, acontecimientos, opiniones), sino que intentan dar una explicación del sentido de las relaciones Iglesia-mundo de acuerdo a la doctrina del Concilio y de Medellín.

2) En la información nacional.

En este terreno brota inmediatamente una sensación no experimentada frente a los diarios: el BP parece tener miedo a la información religiosa nacional que revele tensiones o divisiones en la Iglesia, o que las pueda provocar.

Por ejemplo: no informa sobre el sermón de P. Zeballos y la consiguiente polémica.

Igualmente, BP reduce al mínimo la información sobre el caso Zaffaroni. Este mismo temor aparece en varios de sus editoriales que eluden los pro-

blemas quemantes para refugiarse en un terreno no controvertido.

En suma, parece que BP quisiera crear la imagen de una Iglesia sin tensiones, precisamente sin las tensiones que en su seno provoca la encarnación en el mundo.

3) En los editoriales.

No es tampoco unívoca la imagen de la Iglesia creada por los editoriales del BP. Creemos justo distinguir dos tipos diversos de editoriales.

— **Un primer tipo** parece participar más bien de una visión dualista de las relaciones Iglesia-mundo. Podemos citar: uno de los editoriales sobre la Pastoral del Año de la Fe, "La fe y la vida", que analiza prácticamente solo el primer punto de la carta, sobre la fe, considerando como secundario todo el resto ("lo demás"). Allí mismo, al ocuparse de la división de los cristianos, parece situarla más bien en las diversas interpretaciones de la fe, contradiciendo a la Carta que la motiva en los diversos compromisos de los cristianos. Idéntica sensación deja el editorial sobre "infiltración marxista en la Iglesia", al adoptar una actitud más bien pesimista, aunque sin llegar a los histerismos de los otros diarios. En el mismo editorial, existe una negación cerrada a todo diálogo y colaboración con los marxistas, olvidando la reciente docencia pontificia al respecto. En "Medellín": orientaciones firmes" se insiste en negar las discrepancias y diversas líneas entre los Obispos latinoamericanos, como si fuera inconveniente admitir esas discrepancias en cuanto al juicio sobre la actual situación latinoamericana y la misión de la Iglesia en ella. Sigue la misma línea el editorial "Los obispos y la realidad nacional".

Lo dicho permite descubrir otra vez el ya anotado temor del BP a revelar una Iglesia tensionada por el mundo.

En suma, creemos no ser abusivos al afirmar que estos editoriales tienden a eliminar el mundo, a separarlo de la Iglesia, a la que analizan generalmente en sí misma y por sí misma.

— **Pero hay otra serie** de editoriales que ofrecen una imagen eclesial integrada. La Iglesia aparece aceptando al mundo, valorándolo, tratando de interpretarlo y asumiendo sin dramas las tensiones que él le plantea. Es el caso de un segundo editorial sobre la Pastoral del Año de la Fe ("Fe, testimonio y compromiso"). Otro, sobre el caso Zaffaroni. ("Un cura violento"), aunque deja bien sentado su rechazo de los métodos violentos, hace el elogio del compromiso del sacerdote con los pobres, defiende la causa de los cañeros y trata de explicar el sentido de la misión de la Iglesia y del cristiano en el mundo.

Igual juicio, aunque en menor medida, nos merece el editorial "Iglesia y cañeros" (9) por más que contengan varias alertas a la infiltración marxista.

Lo mismo "Actitud de la Iglesia", editorial que defiende el compromiso y la libertad de los cristianos, laicos y sacerdotes, en él. Tal vez sea este el editorial más rápido y representativo de esta segunda línea, por el concepto unificador de las relaciones Iglesia-mundo.

En resumen: clara concepción que crea una imagen eclesial situada con respecto al mundo, comprometida y conciliar.

4) En otras notas de página editorial.

En este sector se hace todavía más difícil una clasificación. Pero dejando de lado una serie de notas más específicamente "religiosas" (ecumenismo, Semana Santa, etc.) podemos distinguir también dos líneas (y dos imágenes).

— **Una minoritaria**, claramente dualista en cuanto a las relaciones Iglesia-mundo. Ejemplos clarísimos son la carta abierta de Quagliotti a los Obispos (Pastoral del Año de la Fe) y las dos notas de "Aquinas" sobre los documentos del Encuentro Socio-Pastoral. El caso de este último es bien clásico. El primer documento no tiene para él ningún valor desde el punto de vista cristiano. El segundo que parte precisamente de la realidad de la crisis para descubrir su contenido salvífico, es considerado por "Aquinas" un conjunto de verdades intemporales, eternas, igualmente válidas en cualquier hipótesis. El tercero (opciones pastorales extraídas de los otros dos) es para él parejamente intemporal.

— **La segunda línea mayoritaria**, es la representada por CAB y Domingo Hernández-Pablo Otero, a los que se pueden agregar algunas notas.

Podemos señalar algunos de sus valores: una mucho mayor riqueza en cuanto a la representación de experiencias de cristianos al servicio del mundo (sobre todo a nivel latinoamericano). Una visión conciliar y fiel a Medellín en cuanto a la misión liberadora de la Iglesia. Un intento serio de analizar el hecho religioso en su contexto social.

Estas notas crean una imagen de la Iglesia que dialoga con el mundo, que lo escruta y está dispuesta a aprender de él. Que lo valora y respeta en su legítima autonomía. Y sobre todo, la Iglesia aparece buscando ser fiel servidora de los hombres, consciente de su misión en esta hora latinoamericana.

c) Síntesis.

Creemos necesario reunir los elementos dispersos.

— es harto difícil determinar cabalmente la imagen de la Iglesia que crea el BP.

— no existe en él una línea clara que guiando toda su información religiosa permita crear una imagen determinada de la Iglesia. El conjunto da la sensación de una cierta anarquía, en que se yuxtaponen distintos elementos, aún contradictorios, sin la mínima coherencia.

— hay que reconocer una gran seriedad en el tratamiento del hecho religioso que se manifiesta sobre todo en la ausencia de títulos sensacionalistas.

Pero junto a esa seriedad existe un cierto temor a afrontar la información religiosa cuando se trata de hechos polémicos, como si se quisiera evitar dar la imagen de una Iglesia tensionada.

— existe una manera totalmente desencarnada de tratar las manifestaciones más estrictamente “religiosas” de la Iglesia.

— aunque la columna de la página editorial tenga por fin expresar la opinión pública en la Iglesia (según afirmación del propio BP), todavía no se puede decir que lo logre. Sobre todo

porque no contiene casi opinión sobre **nuestra** Iglesia. Pero tal vez esto sea efecto de la ausencia de una verdadera opinión pública en el seno de la misma comunidad.

— Finalmente, no se puede pretender hacer un análisis de la imagen de la Iglesia que crea el BP, sin tener en cuenta a todo el BP. Porque, por ser considerado diario de la Iglesia, todas sus opiniones (sean sobre la realidad nacional como sobre la guerra del Vietnam) son consideradas en muchos sectores como opiniones más o menos oficiales de la Iglesia. Es por eso que consideramos de suma necesidad hacer un análisis global del BP para poder descubrir su coherencia o incoherencia interna.

El capítulo segundo está dedicado a confrontar la imagen de la Iglesia que presentan dos documentos: la Pastoral de Adviento y el Encuentro Socio-Pastoral, contrapuesta a la imagen que a través del comentario de los diarios analizados nos da la prensa.

Es una forma más concreta que valora positivamente al mundo y acepta los cuestionamientos que nacen de las situaciones, problemas, crisis en que se encuentra la sociedad nuestra y latinoamericana. Y esta Iglesia responde con un compromiso liberador mostrando la dimensión intramundana de la salvación. Si es fiel al hombre lo es por ser fiel al Señor. Además aparece como Pueblo de Dios donde todos tienen su función y es importante su compromiso. Esta es la imagen de la Iglesia de la Pastoral de Adviento y el Encuentro Socio-Pastoral. Por otra parte los diarios analizados señalan la inconveniencia de que la Iglesia se preocupe por el hombre acusándola de hacer gala de un saber sociológico y político, lo cual es adjetivo, cuando lo sustantivo de su misión es otra cosa. Les repugna que en dichos documentos aparezcan las palabras “violencia”, “revolución”, “transformaciones innovadoras y audaces”, palabras de cuyo origen se tiene evidencia, bien lejanas del Evangelio e introducidas en el lenguaje eclesial por “cretinos útiles”. Sólo sirven para confundir y son signos de la “infiltración marxista”.

La imagen de la Iglesia que subyace en el comentario de los diarios es la de un instrumento de conservación social. Por eso se hacen llamados a los grandes principios que preservan las “instituciones democráticas” y al trabajo por “recuperar el país”; repudio, por otra parte, contra esta Iglesia militante que “colabora para minar las bases del régimen constitucional”.

Sólo se ve en este llamado el “compromiso” (palabra que molesta) el “oportunismo” de querer “colocarse”, cuidarse las espaldas para un hipotético futuro socialista.

Se critica la supuesta fidelidad a Cristo. Esa crítica se denuncia en “carencias”, “ambigüedades”, benevolencia hacia sacerdotes que “pintan de marxistas”. Así la Pastoral de Adviento se considera un “documento vacilante, incoherente y contradictorio”; “no ha estado feliz el Sr. Arzobispo”; “Mons. Parteli en deuda”. Se acusa además de infidelidad al Concilio al abusar de él y hacerle decir lo que ni pensó ni soñó decir. Por eso se acusa a la Iglesia de Montevideo como infiel a las autoridades superiores del Concilio, del Papa y los documentos vaticanos. Pero la Iglesia de Montevideo, no es el Pueblo de Dios, sino Mons. Parteli, la curia y las “figuritas repetidas”.

En el capítulo tercero Pablo Dabiez presenta la doctrina del Concilio y Medellín en lo que tiene que ver con la información religiosa. La confrontación con la información que dan los diarios señalados, no es necesario hacerla por ser demasiado evidente, y por no repetirnos.

De este capítulo, presentamos las conclusiones.

B — CONCLUSIONES

- 1) La información religiosa de los diarios analizados en este estudio ofrece en general una imagen parcializada de la Iglesia, poco adecuada al Concilio y Medellín.
Este fenómeno es más agudo en diarios como *La Mañana*, *El País*, *El Diario*, y *Acción* en un sentido y *El Popular* en otro.
Los primeros citados combaten en general la encarnación de la Iglesia, su compromiso en la liberación de los hombres. Y esto no sólo desde sus editoriales (que pueden ser escritos por personas no cristianas, sin ninguna comprensión de la Iglesia e interesados únicamente en utilizarla) sino también desde sus secciones confiadas a católicos (Permanencias, Timoteo...).
- 2) De este modo la Iglesia nacional deja toda la información religiosa (excepto el caso del BP) en manos de no cristianos o en manos de cristianos sin la mínima comprensión de su esencia y misión, con un rechazo de la teología conciliar y de Medellín. Basta considerar el nivel paupérrimo de la sección Permanencias y de las notas de Timoteo.
Ciertamente no es fácil la corrección de esta situación, pero no hay el menor indicio de que la Iglesia haya hecho algo para transformarla.
Existiendo el Centro de Medios de Comunicación Social, en ningún momento ha emprendido una acción coherente en vistas a corregir errores, desmentir interpretaciones malintencionadas. Y lo que es peor, en la práctica no incide cualitativamente con su información en vistas a lograr un mejoramiento de la información religiosa.
- 3) Otra característica de la información analizada es su caoticidad. Es por eso que resulta difícil hacer un balance crítico, ya que permanece la duda de si influyen más, en la creación de una imagen de la Iglesia, los documentos y hechos objetivos informados (muchas veces también falseados) o los comentarios deformantes que de ellos se hacen.
- 4) Esto mismo revela que la Iglesia nacional no tiene claro qué imagen de sí misma y de toda la Iglesia quiere presentar. Y por consiguiente no posee una pastoral de la información religiosa que le permitiría lograr sus objetivos. Volvemos a decir que, si el CMCS ha mejorado cuantitativamente la información, no ha incidido para nada en cuanto a la calidad de la misma. Esto último, que podría ser más comprensible en los demás diarios, es incomprensible en el caso del BP.
- 5) La Iglesia nacional no produce en general información religiosa adecuada. Hay una gran ausencia de creatividad. Los acontecimientos

parecen imponérsele. La experiencia cotidiana de los cristianos está ausente. No se expresa ni mínimamente la riqueza, su variedad de la comunidad cristiana.

Esta carencia es mucho más aguda en lo que se refiere a la experiencia y vida de los laicos (movimientos, asociaciones, etc.).

La información existente es muy "exterior", como queda anotado. Muy pocas veces se logra descubrir el por qué de determinadas actitudes cristianas, el sentido que poseen. Reconociendo que expresar el misterio de la Iglesia es casi imposible, los intentos en este sentido son de todos modos mínimos (los documentos oficiales de la Iglesia y algunas notas de CAB y Domingo Hernández-Pablo Otero en BP).

Creemos que es este un problema que debe ser estudiado a fondo.

Pero no sólo la Iglesia nacional no crea casi información religiosa, sino que ni siquiera aprovecha la existente, por ejemplo, a nivel latinoamericano. Servicios excelentes como el de Noticias Aliadas son sistemáticamente ignorados. Lo que resulta sorprendente, sobre todo en el caso de BP, si se tiene en cuenta que utiliza casi únicamente las grandes agencias internacionales cuyas limitaciones ya hemos señalado.

- 6) En el campo de la información estrictamente "religiosa", sigue dominando una concepción arcaica. No se ve tampoco en este sector ningún esfuerzo por mejorar la situación, a pesar de que reconocemos las dificultades reales que ofrece.

- 7) En cuanto a la formación y expresión de una opinión pública en la Iglesia, no creemos que los diarios analizados cumplan una efectiva función. Hemos dicho que en el caso del BP se puede notar un tímido intento. Pero en general se puede decir que está todo por hacer.

Resta por averiguar si son los diarios (aún en el caso del BP) los más indicados para fomentar y expresar esa opinión pública.

- 8) No es posible tampoco saber qué es lo que quiere la Iglesia con la información religiosa. Si únicamente informar o también evangelizar.

Creemos que es este un problema para estudiar seriamente (sobre todo en el caso del BP).

Es necesario preguntarse qué significa evangelizar, qué tipo de evangelización es posible realizar desde un diario y delinear una pastoral mínimamente coherente.

Lo cierto es que ahora ciertamente no se evangeliza.

- 9) La dilucidación de este problema traerá con-

siguiente otro que es necesario plantearse y que ya hemos anotado: el del lenguaje. ¿A quién quiere llegar la Iglesia por medio de los diarios? ¿Con qué elementos? ¿Con qué lenguaje? Estas y otras son interrogantes a las que hay que contestar si no se quiere perder toda eficacia.

- 10) Finalmente no se puede eludir un estudio del BP en su conjunto. Para tratar de descubrir las incoherencias y aún contradicciones entre sus diversas secciones. Porque de nada valdría que el diario fuera abierto, conciliar, en los problemas religiosos, si políticamente resultara conservador y no se inscribiera en una línea de liberación, ya que es considerado, al

menos, como un diario muy cercano a la Iglesia (por no decir el diario católico).

Este estudio es ciertamente necesario en la medida que en el solo campo de la información religiosa es imposible detectar en el BP una línea coherente.

No se trata de que abogemos por acallar las legítimas y normales discrepancias o puntos de vista con relación a la Iglesia. Pero juzgamos necesaria una mínima coherencia, sobre todo cuando se trata de la opinión editorial sobre el hecho eclesial. De otro modo es imposible pretender crear una imagen de la Iglesia "exacta y fiel" (Medellín, MOS, 2.5).

encuentro internacional de revistas

Después de seis jornadas de trabajo, ha concluido en Huampaní (Perú) el Primer Encuentro Internacional de Revistas, celebrado en Latinoamérica por iniciativa conjunta de las organizaciones cristianas de MIIC - Pax Romana, ISAL, Noticias Aliadas y el Grupo Recontre International des Revues.

Según divulgó en su momento la prensa diaria, han concurrido a la convocatoria más de cuarenta directores y redactores de publicaciones periódicas, correspondientes a 18 países de América y Europa, especialmente consagradas al análisis de los aspectos básicos de la realidad contemporánea y a la promoción e impulso de los cambios estructurales, sociales y políticos, indispensables para la construcción de un mundo más justo y más libre para todos los hombres.

Como es lógico, la atención de los reunidos se centró primordialmente en la muy grave y acuciante problemática de los pueblos latinoamericanos, caracterizados hoy por su situación de creciente subdesarrollo y dependencia, con intolerables manifestaciones de miseria, cruentas represiones y patente quebranto de los más elementales derechos humanos en numerosos países.

Las fundamentales conferencias de los profesores y escritores F. Lercaros y M. Vega (del Perú), Héctor Borrat y Julio Barreiro (de Uruguay), Gianni Ardini (Italia), Achilles Lebrun (Francia), J. Turowicz (Polonia), Gaspar Elizondo (México) y Carlos Giner (España), entre otros, y los comentarios y sugerencias de los demás participantes, pusieron de relieve las causas reales de la crisis analizada, la inadecuación de los remedios meramente cuantitativos, la urgencia de cambios cualitativos, estructurales y en profundidad, y la insoslayable misión que en esas mutaciones incumbe a los cristianos, sin ambigüedades y con

fortaleza. Una misión dimanante de su mera condición de hombres, por exigencias de justicia y de solidaridad, pero también de la vivencia efectiva del Evangelio.

Sobre la base objetiva de los hechos examinados y a la luz de esa evaluación ética, los congregados en Huampaní examinaron críticamente y con amplia libertad de espíritu, el papel desarrollado hasta ahora por las Revistas de inspiración cristiana en ese proceso de cambio social y las reformas indispensables en el clima secularizador de nuestro tiempo para contribuir más eficazmente a una concientización popular sobre la urgencia de las expresadas transformaciones, y a un mayor impulso en la denuncia de las injusticias y en la enérgica creación de situaciones nuevas por parte de las minorías ya comprometidas en esa empresa de gran responsabilidad histórica.

En consecuencia, se adoptaron diversas resoluciones para asegurar una cooperación más estrecha entre las Revistas presentes en este Primer Encuentro y el fortalecimiento de su acción solidaria en servicio de la liberación de todos los pueblos.

Al final del encuentro, los Copresidentes Sra. Doña Lillian Leonardi de Ronzoni (ISAL de Montevideo) y el Profesor Joaquín Ruiz Giménez (de la Universidad de Madrid y Presidente del MIIC-Pax Romana) agradecieron a todos los concurrentes su calurosa cooperación, y en nombre de todos ellos testimoniaron también un sincero reconocimiento a Mons. Bogarín (Presidente del Departamento de Laicos del CELAM) por su cordial presencia, durante todos los días del coloquio. Antes de separarse, los reunidos participaron en la celebración ecuménica de la Palabra de Dios, que cerró fraternalmente la semana de Huampaní.

Huampaní (Perú), 29 de mayo de 1970.

papel de las revistas en a. l.

En Huampani (Perú) se realizó el Primer Encuentro Internacional de Revistas Cristianas Europeas y Latinoamericanas. El temario de cada día era presentado por un latinoamericano y un europeo con el fin de reflexionar sobre el tema, en forma más amplia y comprensiva, desde dos perspectivas diferentes y complementarias. Debido a esto la agenda señalaba temas genéricos.

Presentamos las 50 tesis sobre las que desarrolló el Dr. Héctor Borrat, Director de VISPERA, una visión panorámica del tema que correspondía al "papel de las revistas en las sociedades en mutación". De la parte europea se refirió al mismo Jerzy Turowicz, de Polonia.

héctor borrat

A) LAS REVISTAS EN AMERICA LATINA

1. Explorar el papel de las revistas en las sociedades en mutación supone, ante todo, concretar la dirección hacia la cual esta mutación apunta: desarrollo o subdesarrollo, enriquecimiento o pauperización, dominio o dependencia. En América Latina ello implica investigar el rol de las revistas en sociedades subdesarrolladas, dependientes en pauperización creciente.

2. En lugar de recibir ayuda financiera efectiva, A. L. está contribuyendo al desarrollo de EE.UU. y los otros países ricos.

3. El subdesarrollo nuestro no se explica pues por mero atraso sino por la acción subdesarrollante de los estados ricos. Superar la situación actual supone romper estructuras de dominio que nos mantienen en situación de dependencia. Reconociéndose colonia, A. L. identifica a la metrópoli y advierte un choque inevitable con ella y las oligarquías semi-coloniales que la sirven en nuestros países.

4. Nuestra historia se ha dado dentro de un esquema centro-periferia que ha determinado un desarrollo creciente de las diversas metrópolis que se han sucedido en la dominación

imperial y un subdesarrollo concomitante de la periferia.

5. La imagen de la geografía política mundial más divulgada entre los latinoamericanos le es suministrada desde los grandes centros de la industria periodística nortea y fundamentalmente desde los EE. UU.

6. Por la propiedad directa, por empresas norteamericanas, de los medios de comunicación; por la presión ideológica resultante de la publicidad paga por firmas norteamericanas.

7. Por las agencias norteamericanas de información, que suministran el 75 % de los despachos publicados en la prensa latinoamericana.

8. En las grandes revistas, buena parte del material es traducción de artículos ya impresos por las revistas metropolitanas, que también marcan tonos, temas y estilo.

9. América Latina, sigue así la historia contemporánea desde una visión abrumadoramente norteamericana. Incluso respecto de las otras comarcas vecinas de la Patria Grande, cada país es informado primordialmente por agencias norteamericanas. Informar es, ya, una forma de opinar, porque hacer noticia de un he-

cho y no de otros importa una opción, una opinión que jerarquiza primero y relega a los otros y porque cada texto participa del cuadro de intereses de quien lo redacta.

10. Los escasos corresponsales que la prensa tiene en el exterior radican en los EE.UU. Los editoriales confirman el punto de vista norteamericano.

11. Buena parte de la "prensa grande" está en manos de las "grandes familias" beneficiarias directas del Establishment.

12. La gran industria periodística —como industria que es— tiene que ser rentable. No pudiendo cuestionar o lesionar intereses estrictamente mercantiles. Normalmente frena los cambios libertadores; distrae, divierte, narcotiza.

13. La censura gubernativa se agrega a las limitaciones impuestas por la textura industrial. Aún en regímenes regularmente electos.

14. Un caso fuera de serie es el cubano, donde "una hipotética libertad de prensa" es explícitamente negada por Fidel a los enemigos del socialismo.

15. Otros casos particulares se dan en Perú y Bolivia, donde nuevos estatutos procuran la libre expresión del periodista asalariado rompiendo las condicionantes que pretenda imponerle el patrón.

16. Por ejemplo, el estatuto peruano del 31 de diciembre de 1969.

17. Más que los diarios, las revistas recogen y exhiben el gran salto tecnológico.

18. No sólo visualmente, también en su escritura ellas procuran una renovación exhibicionista aún al precio de forzar la propia lengua.

19. Planeadas para un consumo masivo donde la imagen gráfica prima sobre el texto y éste adjetiva un bombardeo de sensaciones, insertan expectativas suntuarias que sólo una minoría puede satisfacer. Consolidan nuestro colonialismo cultural, en lugar de trabajar para nuestra liberación.

20. Las revistas independientes son pocas y difícilmente pueden competir con las engendradas por la gran industria. Sin sus recursos gráficos, enfrentan en cambio la censura gubernativa y el boycott de los avisadores más poderosos.

21. Surgidas de y destinadas a medios de buen nivel cultural, estas revistas difícilmente acceden al gran público.

22. Cuando lo intentan, adecuando el lenguaje, por el hecho de procurar la politización popular encrespan aún más la censura gubernativa que llega hasta la clausura: "Brasil Urgente", "Comunidad".

23. La mayoría de estas revistas independientes son escritas por elenco íntegro o mayoritariamente amateur. Ocasión de militancia, no suelen constituir un medio de vida para los periodistas profesionales.

B) LAS REVISTAS CRISTIANAS EN AMERICA LATINA

24. Dentro de este esquema general, ¿cuál es el rol de las "revistas cristianas", si entendemos por tales las que son mayoritariamente escritas por cristianos que destinan una parte o la totalidad de sus páginas a temas explícitamente relacionados con su fe?

25. La gran industria no las produce. Se ocupa sí de la Iglesia católica pero:

- a) A modo de un reflejo semicolonial del interés que ella despierta en los periódicos de la metrópoli.
- b) Para hospedar impugnaciones que contra los grupos de vanguardia dirigen los integristas criollos.
- c) Para refutar por cuenta propia, incluso a veces en editoriales, el magisterio más reciente con citas de otros tiempos.

26. Todavía hay casos donde la censura eclesiástica dificulta o impide la publicación o la distribución en algunas diócesis de revistas católicas.

27. En Paraguay, es la censura gubernativa la que primero molestó y luego clausuró el órgano oficioso de la Conferencia Episcopal Paraguaya, "Comunidad".

28. Eclesiales o gubernativos, los mecanismos de represión funcionan cuando la palabra impresa cuestiona al régimen. Esto es: cuando tiene resonancia *política*.

29. Han surgido en el correr de la última década revistas dirigidas y redactadas por mayoría de laicos, como "Cristianismo y Sociedad", "Paz e Terra", "Víspera".

30. Asimismo, revistas con cuerpo de redacción integrado por protestantes y católicos, como "Cristianismo y Sociedad", e incluso no creyentes, como "Paz e Terra".

31. Una revista cristiana independiente difícilmente puede contrarrestar el peso de las imágenes que la gran prensa difunde sobre la Iglesia en este mundo:

- a) No accede a los grandes circuitos de distribución.
- b) No puede competir con los relumbrones gráficos de las grandes revistas, ni con la inmediatez de la información de los grandes diarios.
- c) No puede ofertarse al gran público tanto por su índole como por los niveles culturales que generalmente exige.
- d) Es impugnada por los propios cristianos conservadores.

32. Ello no obstante, aumenta el número de revistas cristianas que manifiestan una fuerte renovación:

- a) Prestando mayor atención a la vida política y no sólo a la interioridad eclesial.
- b) Analizando críticamente los documentos oficiales de la Iglesia en lugar de quedarse en la vieja, indiscriminada apologética.
- c) Abriendo ecuménicamente sus páginas a lo que escriben otros cristianos y los no creyentes.

d) Divulgando textos y, con menor frecuencia, experiencias de los grupos de base.

e) Sustituyendo los sólidos catálogos de certeza por la discusión franca, atenta en mayor o menor medida a una circunstancia latinoamericana y/o local que antes no tenía cabida en publicaciones cristianas.

33. Esta renovación de las revistas cristianas independientes entronca con el hecho de surgir de y referirse a una Iglesia que, también ella atraviesa un proceso acelerado de mutación. Su rol en estas sociedades en mutación no puede desligarse, pues, de las mutaciones que experimentan las Iglesias latinoamericanas.

34. También en estas mutaciones es fundamental descubrir la dirección. Ella apunta a una urgencia de liberación política que convoca a la lucha contra el neo-colonialismo y el colonialismo interno y accede incluso a reuniones de representatividad continental, como Medellín (1968) y la III Conferencia Evangélica Latinoamericana (1969).

35. Obsérvase entonces que, para servir eficazmente a estos países, las pautas intra-ecclesiales no bastan: hacen falta también las políticas.

36. La mera vanguardia repetitiva de modas eclesiales europeas no alcanza; más de una vez ella se ha revelado desarrollista y por tanto conservadora en la vida política.

37. Con un interés menor o mayor por las "reformas internas" de las iglesias, se multiplica el número de cristianos que son vanguardia política por su mentalidad, por su militancia en las universidades, los movimientos de izquierda, (con real o hipotética eficacia política), los movimientos populistas (como el peronismo).

38. Si las pautas intraecclesiales por sí solas no ubican en la vanguardia, tampoco puede definirse ésta como vanguardia de iglesia —y no sólo grupo político de izquierda— por las solas pautas ideológicas. Tarea inmensa de las revistas cristianas independientes es, ahora, corregir esta última unilateralización, la ideológica, que ha suplantado en vastos sectores a

la primera, la intraeclesiástica. Para ello no se trata de reducir una supuesta "hiperpolitización" sino de re-pensar teológicamente esta misma dimensión política que a muy justo título aparece en el centro de nuestra preocupación.

39. Y también de concretar las grandes líneas ideológicas mediante un análisis de los procesos políticos sin el cual una acción políticamente eficaz no es posible.

40. Análisis político e investigación teológica son dos formas del servicio que las revistas cristianas independientes tienen que prestar a América Latina. La primera las abre más allá del público de iglesias; la segunda les exige aportar a las iglesias una especificidad de reflexión latinoamericana todavía no articulada y muy urgente.

41. Si convenimos en llamar "secular" a la perspectiva ideológica y el análisis político, y "religiosa" a toda perspectiva explícitamente referida a la fe, comprobamos en varias revistas cristianas independientes un fuerte crecimiento de la zona secular y una concomitante reducción de la religiosa.

42. En la zona religiosa, además suele escribirse más, cuando las revistas son católicas, de política eclesiástica que de eclesiología.

43. Más sobre la Iglesia que sobre Cristo.

44. La flaqueza de las pautas teológicas lleva, con frecuencia, a que incluso el juicio y el proyecto sobre la iglesia y el servicio que ella debe cumplir en esta zona del mundo, sean formulados a partir sólo de pautas ideológicas.

45. Buena parte de la zona religiosa se destina a la presentación y el comentario de textos de la jerarquía y de algunos movimientos de base, o bien a expresiones orales o escritas de personajes de gran prestigio internacional.

46. Difícilmente esos textos aparecen funcionando en sus respectivos contextos. La difi-

cultad se acrecienta cuanto mayor sea la distancia respecto de la Iglesia donde esos textos surgieron. De allí surgen distorsiones, equívocos, falsas expectativas, rápidas desilusiones. Una exégesis literal usurpa su lugar al análisis de procesos.

47. Las grandes personalidades de la Iglesia suelen convertirse en vedettes por la acción de los periodistas. También se las desliga del contexto, se las priva de historia, se las sacraliza.

48. Gran parte de los procesos de renovación, por expresarse en nuevas formas de reunión y de dispersión en los frentes de lucha contra los poderes subdesarrollantes, exige el clandestinaje, y por lo tanto, no puede ser cubierta por las revistas cristianas independientes. Aún así, se echa de menos una mejor atención de estos procesos, en lo que ellos tengan de comunicables. Y un intercambio de experiencias entre los diversos grupos que los están protagonizando.

49. La zona secular no es un "además" prescindible, o una amenaza cuyo crecimiento atente contra la existencia de las revistas cristianas, sino una necesidad de ellas mismas desde que el servicio de los cristianos reunidos necesita de pautas seculares, y su acción en la diáspora es básicamente tarea secular, cuya concreción escapa a las pautas teológicas.

50. La zona secular provee de los más amplios contextos a los textos y eventos de Iglesia. No es sólo una exterioridad sobre la cual la Iglesia lanza sus denuncias y sus estímulos sino que injerta en la interioridad misma de la Iglesia, sus tensiones, sus contradicciones, sus posibilidades liberadoras.

Quizás sea allí —como pudo apreciarse a raíz de las polémicas sobre *Humanae Vitae* y la interview Suenens— donde una reflexión latinoamericana empieza a marcar su propia ruta.

perú: liberación vs. m. c. s.

a) las clases sociales y la difusión de noticias

alberto miranda

I — EL AVANCE DE LA TECNICA DE LA COMUNICACION DE MASAS.

La técnica de la comunicación ha llegado a sorprendentes niveles en el siglo XX.

El comercio de radios a transistores llega a lugares apartados. Con la comunicación vía satélite es posible captar sucesos acaecidos no sólo en la Tierra sino fuera de ella (como el descenso del hombre en la Luna). Actualmente hay periódicos que traen frescas noticias del mundo a través de los teletipos y por medio del cine ahora se puede apreciar desde un discurso del Papa hasta un desnudo de la B.B.

El hombre común y corriente del planeta Tierra, es sometido a un bombardeo de noticias, todos los días, a cada hora, a cada minuto y a cada segundo.

Se levanta y ya está escuchando radio, sale a la calle, pasa por un puesto de periódicos y percibe los principales titulares de los diarios (La Prensa, La Crónica, El Comercio, La Tribuna, Expreso, Correo, Ojo). En las oficinas del trabajo no falta el radio transistor y los comentarios de los colegas acerca de tal o cual noticia... Al mediodía, aparecen nuevos periódicos con nuevos titulares (Extra, Comercio, Ultima Hora, La Crónica...). En el trayecto el vehículo tiene encendido su radio... Una vez en casa encuentra el radio o el televisor a todo volumen... En la tarde sigue el mismo plan... Si en la noche va al cine tendrá que captar los documentales nacionales o internacionales. Más tarde en casa escuchará el noticiero.

Las noticias y los avisos publicitarios los recibimos en todas partes y a cada momento y muchas veces orientan nuestra conducta sin que nosotros nos demos cuenta concientemente.

En el Perú hay cerca de 600 publicaciones. Una docena de grandes diarios tiene un tiraje global cercano al millón de ejemplares.

II — LA DOMINACION DE LAS COMUNICACIONES EN EL PERU

¿Quiénes controlan o dirigen los medios de difusión de noticias? Para responder a esta pregunta primero tenemos que saber quiénes son los dueños de los medios de difusión y qué intereses representan.

La mayor parte de los accionistas de diferentes periódicos, radioemisoras y canales de T.V., están vinculados entre sí a través de intereses en organizaciones sociales o empresas capitalistas, de la siguiente manera:

ASOCIACIONES

- a) **Club Nacional:** 45 accionistas de los principales periódicos han pertenecido —la mayoría sigue perteneciendo— a este club; también comprobamos que 16 accionistas de radio y televisión, son también miembros de dicha organización.

La Prensa	19 accionistas
El Comercio	9 "
La Crónica	3 "
Expreso	5 "

- b) **Sociedad Nacional Agraria:** Están registrados como miembros de la S.N.A., el siguiente número de accionistas:

La Prensa	9
La Crónica	3
Expreso	2

- c) **Club de la Banca:** Agrupa a dirigentes de la Banca, el Comercio, la Agricultura, la Minería y también la Industria. Entre sus principales miembros figuran 18 accionistas de empresas periodísticas:

(*) El presente documento está tomado de la revista RIKCHAY PERU, Nº 1, marzo del 70, p. 26.

La Prensa	7
Expreso	7
La Crónica	3
El Comercio	1

También se puede constatar que diversos accionistas de empresas periodísticas son también dirigentes de la CONACO, Sociedad Nacional de Industrias, Comercio Pesquero del Perú.

ORGANIZACIONES INDUSTRIALES Y EMPRESAS FINANCIERAS.

- Bancos y Compañías Financieras:** 37 organizaciones de este sector están vinculadas directamente o indirectamente con los diarios La Crónica, Expreso, La Prensa y Correo.
- Pesquería:** 34 empresas pesqueras están vinculadas a los dueños de periódicos. 19 de estas empresas pertenecen a accionistas de Expreso y 11 pertenecen a accionistas de Correo, entre los que se encuentra Bancho en lugar preponderante.
- Petróleo:** Igualmente 8 empresas petroleras han estado o están conectadas con accionistas de La Crónica, Expreso y La Prensa.
- Seguros:** 9 accionistas de Expreso, La Crónica y La Prensa, son a la vez accionistas de diversas Compañías de Seguros.

Podemos concluir esta parte diciendo que los principales medios de difusión de noticias del país, están bajo el control de la clase económica más poderosa del país.

III — LA DOMINACION IMPERIALISTA Y LA DIFUSION DE NOTICIAS.

A través de variados y complejos mecanismos el imperialismo norteamericano moldea la mentalidad de nuestros pueblos de acuerdo a sus intereses. La difusión de noticias es uno de los instrumentos fundamentales de dicha dominación. A continuación veremos las diferentes formas de influencia de los imperialistas.

a) INFLUENCIA A TRAVES DE EMPRESAS CAPITALISTAS.

El imperialismo norteamericano ejerce el control de aproximadamente el 80 % de las empresas industriales que laboran en el país; además está vinculado a organizaciones de crédito y de comercio y mantiene en actividad empresas mineras y petroleras.

El siguiente esquema nos señalará en líneas generales la forma como el imperialismo actúa sobre la orientación de las noticias.

A	Imperialismo
B	Empresas instaladas en el país
C	Periódicos, Canales de T.V. y Radioemisoras.
D	Público

Según el esquema el imperialismo (A) orienta, dirige, o se vincula con empresas instaladas en el país (B). Estas empresas a veces son dirigidas directamente por los norteamericanos o por alianzas entre norteamericanos y peruanos. Los capitalistas nacidos en el Perú, ejercen el control de periódicos, Canales de T.V. y Radioemisoras (C), pero están entrelazadas con los imperialistas a través de empresas instaladas en el país.

Por ello las noticias o informaciones publicadas por C, son orientadas de acuerdo a los intereses que rigen B, que son los intereses del imperialismo y de la burguesía dependiente. Mientras tanto el público (D) resulta un factor pasivo, permeable, sujeto a la influencia de fuerzas superiores A, B y C.

b) OTROS MECANISMOS DE INFLUENCIA DEL IMPERIALISMO NORTEAMERICANO

El imperialismo norteamericano, también posee otros mecanismos para influenciar a nuestros pueblos.

Mecanismos directos:

- Ejerce un alto control de las comunicaciones Vía Satélite, de gran influencia en esta era.
- Tiene el control de agencias noticiosas internacionales, como la UPI.
- El Departamento de Estado tiene un programa radial para toda Latinoamérica ("La Voz de las Américas") en castellano.
- Tiene publicaciones que defienden los intereses norteamericanos: Peruvian Time, Life, Selecciones, etc.
- A través de la Embajada instalada en nuestro país realiza una intensa labor de propaganda política utilizando el "Servicio de Informaciones de los Estados Unidos": pasan boletines diarios a todos los medios de difusión; obsequian fotografías; hacen una sistemática distribución de películas proyanquis, en "pueblos jóvenes" o "pobres" o BARRIADAS.

Mecanismos indirectos:

- A través del control de la Sociedad Interamericana de Prensa, defiende a la prensa proimperialista.
- A través del control de empresas publicitarias que, por medio del avisaje, sostienen a las empresas difusoras de informaciones.
- Proporcionan anualmente becas a periodistas latinoamericanos, para hacer estudios en Norteamérica, en donde les dan fundamentalmente preparación política en defensa del "mundo libre", cuyo nombre verdadero es mundo dominado por el imperialismo.
- Algunas organizaciones norteamericanas realizan contratos con empresas periodísticas nacionales. Por ejemplo: la Broadcasting System, realizó un préstamo a Expreso y Canal 5; la Internacional Limited, realizó un contrato de venta de materiales técnicos con Canal 9 a través de técnicos como

Goar Mestre, facilita programas proimperialistas para espacios de televisión.

Podemos sintetizar esta última parte diciendo que a través de diversos mecanismos, el imperialismo norteamericano actúa sobre la mente de los peruanos. Influye sobre los dueños de los periódicos, con los cuales comparte algunas empresas o actúa directamente sobre nuestros cerebros por medio de los canales descritos.

IV — EL ESTADO Y LOS MEDIOS DE DIFUSION.

La clase que llega a ocupar el poder estatal utiliza, para extender su dominación, los medios de difusión que ha poseído anteriormente y crea nuevos mecanismos para orientar a las masas de acuerdo a sus intereses económicos o políticos.

Odría, tuvo el periódico de La Nación.

Prado, tuvo La Crónica.

El belaundismo al llegar al poder creó Expreso.

Aparte de sus medios propios de difusión, los gobernantes utilizan Radio Nacional, el diario oficial El Peruano e informan al público a través de comunicados y declaraciones periodísticas emitidas por los gobernantes directamente o por medio de la Oficina Nacional de Información. Los gobernantes, para justificar sus medidas lanzan mensajes a la nación y para ello "toman espacios" de las radioemisoras y de los canales de televisión.

Los grupos políticos que han llegado al poder, siempre han tratado de legitimar sus posiciones ante el pueblo a través de mensajes. Algunos gobernantes, tratan de extender el poder de sus comunicaciones ya sea anulando a los contrarios o ampliando los canales propios.

b) el enfrentamiento

andrés assandri

LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN EL PERU

Comencemos con un panorama de los MCS en el Perú.

Los periódicos que se publican en Lima con extensión a todo el territorio nacional se acercan al millón de ejemplares diarios (sin tener en cuenta la cadena de diarios locales¹⁾ .

¿Quiénes poseen ese poder de comunicación?

LA PRENSA y ULTIMA HORA son los voceros de los exportadores de los productos primarios, principalmente azúcar y algodón. El principal propietario es el Sr. Pedro Beltrán Espantoso ex-Ministro de Hacienda y teórico de la economía agraria y minera retardataria como se venía desarrollando antes de la Revolución.

EXPRESO y EXTRA tienen como principal testaferro al Sr. Manuel Ulloa, Presidente del Directorio de Deltec Banking Corporation, una organización de la familia Rockefeller. Ulloa fue ministro de Hacienda de Belaunde y uno de los protagonistas de la desaparición de la famosa página 11 del Acta de Talara. Actualmente se encuentra en el extranjero.

CORREO y OJO son propiedad, así como una cadena de diarios del interior del magnate de la producción, pesquera, Luis Banchero.

EL COMERCIO, es el decano de la prensa limeña; hasta el momento de la Revolución el de más peso político ya que sus editoriales y campañas eran capaces

de hacer caer ministros. Perteneció a la familia Miró Quezada, nacionalista, anti-aprista y conservadora. Acompañó al actual Gobierno en la nacionalización del petróleo, desde el enfrentamiento realizado por el Gobierno al reglamentar la prensa escrita y hablada se ha convertido en declarado opositor.

LA CRONICA y LA TERCERA pertenecen a la familia Prado, clan económico y financiero con bancos e industrias.

LA TRIBUNA pertenece al partido político APRA que de orientación anti-imperialista y marxista se convirtió en pro-yanqui.

EL PERUANO es el diario oficial de todo gobierno peruano, fundado en 1825, por el Libertador Bolívar.

Los diarios del interior son satélites de los capitalinos no sólo por su orientación conservadora y al servicio de la oligarquía, sino principalmente porque es ésta la dueña de sus acciones.

La primera impresión que recibe un extranjero en Lima es la inexistencia de un diario independiente y mucho menos de izquierda.

Exactamente el mismo cuadro, agravado por dependencia económica del exterior, ofrece la cadena de TV. En Lima existen 7 canales.

LA PROPIEDAD PRIVADA CONTROLA LA LIBERTAD DE PRENSA

Luis Alberto Rocca en su tesis sobre "Los intereses económicos y el control de los medios de comunicación de masas en el Perú", presentada en la Universidad Nacional de San Marcos para obtener el bachillerato en Sociología en 1967, demuestra, a través de un análisis detallado, el control que hace la propiedad privada de

1) Perú tiene actualmente 12.000.000 de habitantes; se concentran en Lima tres de ellos. Pero hay que recordar que los analfabetos mayores de 15 años, sin contar los funcionales llegan al 40 %.

los medios de comunicación social.

La primera conclusión de su estudio dice: "Los intereses de los accionistas de los medios de difusión de masas condicionan la orientación de las noticias. Es posible medir la orientación de las noticias y su relación con los intereses económicos y políticos de los propietarios de los medios de informaciones. Nuestro estudio demuestra que: a) Hay una alta participación o vinculación política de los medios de difusión y precisamente esa relación o vinculación condiciona la orientación de las noticias en ese campo. b) Cuando los intereses económicos de los dueños de esos órganos de información están en peligro, se aprecia con mayor claridad la orientación de las noticias en defensa de esos intereses. (Esto lo hemos verificado al estudiar el conflicto pesquero, del año 1966; el conflicto por tierras (invasiones) y el conflicto bancario de 1964)".

La segunda conclusión dice: "Hay una tendencia a la concentración de la propiedad de periódicos, emisoras radiales y estaciones de televisión. Es decir, hay una tendencia a que pocas personas ejerzan la dirección o control de varios medios de comunicación diferentes, formando lo que nosotros denominamos "redes" (2)

El control económico es quien en realidad determina la libertad de prensa. Al margen de las grandes declaraciones del periodismo internacional de su servicio objetivo para que el lector se informe y tenga los elementos para juzgar responsablemente, se impone a la masa de receptores una información distorsionada por los intereses de un grupo haciendo que su ideología sea aceptada inconscientemente con un doble uso, como dice Marta Harnecker: "se ejerce sobre la conciencia de los explotados para hacerles aceptar como natural su condición de explotados; se ejerce sobre los miembros de la clase dominante para permitirles ejercer como natural su explotación y su dominación" (3)

Según voceros del actual Gobierno peruano no existía libertad de opinión; "los principales diarios, pertenecientes a cerrados núcleos de personas, con visibles intereses económicos y políticos, están en contra desde luego de la censura oficial, que precisamente el estatuto prohíbe en forma terminante. Sin embargo ellos aplican la "censura privada" concediendo el derecho de opinar a quienes se expresan de acuerdo a sus intereses, o negando ese mismo derecho a quienes manifiestan su desacuerdo".

Una anécdota como botón de muestra: los periodistas y gráficos de los diarios Expreso y Extra unidos en un frente único, emitió un pronunciamiento en favor del Estatuto de Libertad de Prensa, porque consideraba que este viene a llenar una necesidad para obligar a la prensa a que cumpla con su misión y no abuse de ella. Nadie en Lima pudo leer este comunicado; la "censura privada" no lo dejó pasar, así como a ninguno de los pronunciamientos en favor del Estado. Pero 48 perio-

distas, algunos eventuales colaboradores, de la misma empresa reaccionó contra el Frente único de los trabajadores permanentes de la empresa. La declaración contra el Estatuto de los 48 disidentes tuvo espectacular publicidad en primera página, con información completa, literal, dada por todos los diarios de Lima.

"Quien haya leído desde enero a la prensa peruana tiene la sensación errónea de que nadie apoya el Estatuto de Libertad de Prensa. Más, la información del diario "Ojo" nos dice que "la Federación de Periodistas señala que ha sometido al Comité de Ética Profesional al federado Pedro Higa, del Sindicato de "Expreso" y "Extra", por haberse solidarizado públicamente con el Decreto-Ley impugnado por la Federación"; es decir, sancionan a este periodista, no solamente silenciando su pronunciamiento, sino sometiéndolo a disciplina. ¿Por qué? Porque se ha permitido solidarizarse públicamente con el Estatuto. Los periodistas están defendiendo la libertad de expresión, pero al que ejercita la libertad de expresión a favor del Estatuto, lo silencian y lo someten a disciplina. ¿Estos periódicos, en este caso concreto, están cumpliendo con lo que reclaman para sí, proporcionan al lector los pronunciamientos en favor y en contra del Estatuto, para que sea el lector quien se forme criterio?" (4)

Si la Revolución del 3 de octubre de 1968 tiene como objetivo la "liberación del colonialismo externo e interno", como en múltiples formas lo reafirman sus gestores, vgr. en reciente declaración del Ministro de Energía y Minas, general Jorge Fernández Maldonado: "nuestro objetivo es claro: debemos luchar contra la dependencia exterior que es la base del subdesarrollo... Esto implica que debemos luchar contra la oligarquía local, estrechamente ligada a los intereses extranjeros"; si el Ejército peruano no busca con su intervención restaurar el orden tradicional sino transformar la sociedad en busca de una mejor distribución de la riqueza (el 10% de la población poseía el 90% de la riqueza del Perú), de la cultura y la responsabilidad política: si es Revolución *para* el pueblo y por ello debe ser *con* el pueblo, era inevitable un enfrentamiento con los medios masivos de difusión que siguen imponiendo estereotipos, valores y representaciones que hacen aparecer el "orden establecido" como natural e inmutable, desvirtuando las transformaciones de estructuras y la promoción humana que impulsa la Revolución como proceso irreversible.

EL ENFRENTAMIENTO

1) El 30 de diciembre de 1969 se promulga el ESTATUTO DE LA LIBERTAD DE PRENSA.

Su contenido y sus dispositivos son similares a los que existen en otros países de América Latina, como Colombia, Bolivia o Chile.

4) De una de las tres exposiciones efectuadas por televisión por el Dr. Héctor Cornejo Chávez, líder de la Democracia Cristiana del Perú, planteando la posición del P.D.C. ante el Estatuto de Libertad de Prensa, por el canal 4, el jueves 8 de enero de 1970.

2) RIKCHAY, 1, marzo, 70, Perú, p. 24.

3) "Los conceptos elementales del materialismo histórico", Ed. Siglo XI, México, 1968, p. 72.

"El objetivo del Estatuto peruano es reglamentar el derecho de libertad de prensa y libre emisión del pensamiento, garantizado por el artículo 63 de la Constitución del Estado, a la vez que unificar y perfeccionar las leyes y disposiciones anteriores, como la ley de imprenta, por haberse comprobado su escasa efectividad.

En 37 artículos agrupados en 7 capítulos se establece entre otras cosas:

- que el Poder Ejecutivo garantiza la libertad de expresión de ideas y opiniones por medio de la prensa, la que "no tendrá más limitación que el respeto a la ley, la verdad y la moral, las exigencias de la Seguridad Integral del Estado y la Defensa Nacional, así como la salvaguardia de la intimidad y el honor personal y familiar", prohibiendo a las autoridades exigir consulta previa ni aplicar censura, excepto en caso de guerra;

- que las empresas editoriales publiquen en marzo y setiembre de cada año la nómina de sus accionistas y de su directorio, debiendo el capital de dichas empresas pertenecer necesariamente a peruanos residentes en el Perú ("PERUANIZACIÓN DE LA PRENSA");

- que obligatoriamente el director de toda publicación periodística deberá ser un peruano de nacimiento, el que será responsable de toda publicación no firmada;

- que las personas agraviadas por una publicación podrán hacer uso del derecho de aclaración y rectificación. Mediante estrictos dispositivos se garantiza la rapidez y justicia en el cumplimiento de tal derecho, eliminando así los corrientes abusos de las empresas periodísticas al considerar como delito el no cumplimiento de tal obligación (NB. La rectificación se debe hacer en la misma página y con la misma tipografía con las que el periódico ha agraviado);

- que se consideran delitos, sujetos a sanciones consistentes en multas y prisión: "emplear testaferros en empresas periodísticas, representando acciones de extranjeros", perjudicar el honor y reputación de personas naturales o jurídicas y no publicar en su integridad los comunicados oficiales emitidos por los Poderes del Estado;

- que serán sancionados con fuertes multas o con prisión del director las publicaciones que incurran en delitos de difamación, injuria o calumnia; publiquen documentos fraguados o artículos, crónicas o imágenes que atenten contra la moral o hagan apología de los delitos; o inserten avisos que "atenten contra la estabilidad monetaria y/o económica del país" o artículos que

"perjudiquen la Seguridad Integral del Estado y la Defensa Nacional";

- que las medidas del Estatuto se aplican igualmente a la prensa hablada y televisada y que el gobierno podrá prohibir la circulación de publicaciones extranjeras atentatorias contra el Estado y la economía nacional;

- que en el plazo de 80 días los extranjeros y peruanos no residentes en el país propietarios de acciones de empresas periodísticas las transferirán a personas nacionales teniendo preferencia los sindicatos y cooperativas de servidores de tales empresas".⁽⁵⁾

El Estatuto o Decreto 18075 hirió profundamente los intereses de la oligarquía y se convirtió en un elemento aglutinador de todos los medios masivos de difusión para levantarse a una ⁽⁶⁾ criticando y pidiendo la derogación del Estatuto que llamaron "liberticida". "Un estatuto colonial y regresivo" señalaba "El Comercio".

A la campaña interna contra el Estatuto se añadió la orquestación internacional de la SIP. Amparada en esa campaña internacional que señalaba a la Revolución peruana como "comunista", "por el camino de Castro", etc. el Presidente del Comité Ejecutivo de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), George Beebe, pretendió una entrevista con el Presidente Velasco, pero los militares respondieron dando claras muestras de que no volverían atrás: El contenido de la carta respuesta dice: "Por encargo del Sr. Presidente de la República, General de División Juan Velasco Alvarado, cumplo con manifestar a Ud. que la dación del Estatuto de Libertad de Prensa en el Perú es un acto soberano del cual el gobierno no tiene que dar explicación a ningún organismo foráneo y menos a la SIP, por ser ésta una entidad defensora de intereses de empresas y no de la genuina libertad de expresión, que es como la consideran las clases populares de América.

En consecuencia, el Sr. Presidente de la República no concede la audiencia solicitada en su carta de fecha 8 de enero, ni permite ingerencia alguna que atente contra la soberanía del Estado Peruano". Firmado el 27 de enero por el Secretario de la Presidencia, Gustavo Silva Aranda.

En la gran prensa ni una palabra solidaria con el Estatuto; sólo editoriales, informaciones y comentarios contra la Ley "liberticida", sin darse cuenta que en la acción estaban contradiciendo sus proclamaciones. Hasta la fecha 2 de junio en que el autor pudo leer en Lima los periódicos, se expresan con total libertad contra el Estatuto y demás pasos que el Gobierno peruano va dando siguiendo su línea de liberación popular y del Perú; libertad que ciertamente no se encuentra en muchos países latinoamericanos, como Paraguay, Brasil, Colombia, Uruguay...

Por otra parte el poder masivo de los medios de comunicación social no ha podido mellar la simpatía y el apoyo que el pueblo peruano le brinda al equipo militar que los gobierna.

2) En el fragor del enfrentamiento el Gobierno no se quedó a la expectativa. Acordó formar el Colegio de

5) Este resumen del Estatuto está tomado de "Perú: prensa libre o libertad de prensa" de Manuel Lajo Lazo, Mensaje Nº 187, p. 131.

6) Este hecho que logra la unanimidad de adversarios egoístamente competitivos de los diversos integrantes del poder económico, si bien no justifica pensar en un imperialismo explotador planeado fríamente y calculado en sus tácticas y componentes, nos muestra la ideología capitalista que los rige y permite englobarlos como factores de un poder enajenante ante las necesidades y derechos injustamente insatisfechos de los más.

Periodistas del Perú. Para ello nombró una comisión presidida por el delegado de la Corte Suprema y formada por representantes de las siguientes entidades: Ministerio de Trabajo, Consejo Nacional de Universidad Peruana, Confederación de Institutos Profesionales Universitarios Liberales, Federación Nacional de Colegios de Abogados, Federación de Periodistas del Perú y Asociación Nacional de Periodistas.

Este grupo elaboró la "Ley del periodista" que fue promulgada el 6 de febrero. Esta ley otorga a los periodistas y empleados de empresas de difusión estabilidad en sus empleos, mejores remuneraciones, sobre todo de horas extras y se obliga a las empresas periodísticas, de radio, televisión y revistas conceder espacio a sus periodistas para la libre expresión de sus opiniones, independientemente de la línea seguida por el director o el instrumento de comunicación.

3) Pero lo que renovó la explosión dentro de las empresas periodísticas peruanas y más aún en la orquestación internacional de la SIP, fue la expropiación de la Editora Nacional que publica EXPRESO y EXTRA.

Lo primero que hay que saber es que el Gobierno no se apoderó sino que expropió a la empresa y la entregó a una cooperativa formada por los periodistas y gráficos de la misma empresa.

Interesa saber por qué se expropiaron estos diarios y no otros.

Tres razones fueron las decisivas. En primer lugar la necesidad para la Revolución popular y nacional de tener una expresión, dado que la gran prensa, representante de los intereses afectados por la Revolución, sabotaba y tergiversaba la obra revolucionaria.

En segundo lugar los principales dueños de esta empresa eran Manuel Ulloa —uno de los ministros de Belaunde Terry que entregó el petróleo en el famoso pacto de Talara— y Rockefeller. La Revolución había afectado duramente a sus intereses, que eran los de la Standard Oil; por eso llevaban la voz cantante a través del EXPRESO y EXTRA de una campaña sin cuartel contra los objetivos de la Revolución.

En tercer lugar, los trabajadores de esta empresa, organizados en un Frente único, comprendiendo la urgencia histórica, se lanzaron a la lucha por formar una cooperativa que respondiera a la necesidad de una auténtica prensa nacional y popular que acompañara el avance de la Revolución.

En la madrugada del 4 de marzo las fuerzas policiales tomaron posesión de las instalaciones de la Editora Nacional que publica Expreso y Extra; se hicieron los trámites de expropiación y de entrega a los nuevos dueños. Los titulares de la prensa latinoamericana señalaron el insulto a la libertad de empresa, el camino que Perú tomaba de país totalitario, siguiendo los pasos de Cuba, y, especialmente la etiqueta impactante: "comunista". Los antiguos directores acusaron de "comunistas", a los integrantes de la cooperativa que ahora poseía y regía los destinos de EXPRESO y EXTRA, sin caer en la cuenta que eran los mismos que ellos habían em-

pleado y con quienes trabajaron pacíficamente hasta algunos días después de decretado el Estatuto de Libertad de Prensa, ya que esos mismos trabajadores en un primer momento se solidarizaron con sus patronos en la lucha contra el Estatuto hasta llegar a la huelga de gráficos del 17 de enero.

PROSPECTIVA

La batalla entre el gobierno y la gran prensa ya ha cumplido cinco meses. Pero el tono es menor. EXPRESO y EXTRA han copado la calle. La campaña de los medios masivos no ha disminuido el fervor popular por la Revolución. Los observadores perciben que en esta primera parte del año la oligarquía ha comenzado a cansarse y a resignarse.

La última medida sobre el mercado de giros de moneda extranjera, que pone término a la especulación y a la fuga de capitales del país y la reintegración de esos capitales del exterior que han de ser vendidos íntegramente al Banco de la Nación con fuertes penas por el delito de defraudación al Estado, ha sido un golpe certero a la oligarquía.

Además se está preparando una reforma radical de la enseñanza, junto a una campaña de alfabetización concientizadora siguiendo el método de Paulo Freire.

Todo esto hace pensar en la irreversibilidad del proceso peruano. Pero este vasto programa del Gobierno Revolucionario no se podrá lograr sin un enfrentamiento más radical con los poseedores de los medios masivos de comunicación social.

Si la Revolución se hace *con* el pueblo la contradicción interna entre la simpatía del pueblo por la Revolución y los medios de difusión que narcotizan y suscitan en el inconsciente valores e imágenes de una sociedad de consumo, de acuerdo al interés del poder económico, cada vez se hará más estridente.

Ante esta realidad no cabe sino preguntarse si no estaremos tan sólo en el exordio de un enfrentamiento más radical entre los poseedores y orientadores de los medios masivos de comunicación social y la revolución, cuyo objetivo es un cambio de estructuras de la sociedad y el hombre para que los desposeídos encuentren su identidad como hombres y peruanos.

El caso Perú al descubrir el enfrentamiento de una corriente liberadora con la resistencia del poder económico poseedor de los MCS nos muestra a las claras lo que sucede en formas más o menos similares con los demás países de América Latina: el poder económico los domina y unos pocos silencian a los más. Ojalá fuera solamente silenciarlos; los MCS son instrumentos de alienación que interiorizan en las mentes humanas de la gran masa desposeída la aceptación de que esa situación "debe ser así", que sólo se trata de perfeccionarla. Mitos, consignas, temores y fantasmas o pseudovalores que paralizan frente a la urgente transformación que reclama América Latina.

El poder de los MCS seguirá encubriendo la injusticia en América Latina. El caso Perú ha logrado desmascararlo.

Ud. puede adquirir PERSPECTIVAS DE DIALOGO, en:

URUGUAY

Librería América Latina, 18 de julio 2089
Mosca ilnos, 18 de julio 1578
Librería San Pablo, San José
APOCE, Soriano 1465
Centro Pedro Fabro, Agraciada 2974
Horizontes, Tristán Narvaja 1544
Alfa, Ciudadela 1389
Papacito, Andes casi 18 de julio
Librería de la Universidad, 18 de julio
Tarino, 18 de julio y Eduardo Acevedo
Monteverde, 25 de Mayo 577

precio del ejemplar: \$ 150.00

ARGENTINA

Librerías

En BUENOS AIRES:

Librería Catequística — Rodríguez Peña 898
Librería del Instituto de Cultura Religiosa Superior — Rodríguez Peña 1054
Herder — Callao 565
Servicio del Libro de la A.C.A. — Rodríguez Peña 846
Librería Carlos Lohle — Viamonte 795
Librería de las Facultades de Teología y Filosofía — Avda. Mitre 3226 (San Miguel —
Prov. Bs. As.)
Librería Didajé — José Cubas 3543
Librería Cultural Universitaria — Callao 542

Distribuidora Lumen — Rodríguez Peña, 750 1er. Piso — Bs. As. (cap. fed.)

Librería Diagrama — Vicente López 92 — Bahía Blanca (Prov. de Bs. As.)

En MENDOZA:

Difusora Católica
Galería Tonsa — Local H-13

García Santos Libros SRL
Rivadavia 55

En CORDOBA:

Librería Verbo Divino
Vélez Sarsfield 74

Librería San Pablo
27 de Abril 290

Librería Córdoba
Dean Funes 75

Librería Nubis
Dean Funes 158

En SANTA FE:

San Pablo — San Jerónimo 2136
Librería San Pablo
Buenos Aires 837

En ROSARIO:

Librería Ross
Córdoba 1378

En TUCUMAN:

San Pablo — 24 de Setiembre 512

En CHACO:

Librería San Pablo
Antártida Argentina 178
Resistencia

precio del ejemplar: \$ 3.00 (\$ 300.00 m.n.)

Teología abierta para el laico adulto

por

JUAN LUIS SEGUNDO

en colaboración con el

Centro Pedro Fabro de Montevideo

1

Esa Comunidad Llamada Iglesia

2

Gracia y Condición Humana

3

Nuestra Idea de Dios

EDICIONES CARLOS LOHLE

Distribuye América Latina

18 de JULIO 2089