

Signo de los tiempos y los medios de comunicación (1983-2023)

Valentina Torres Septián y Torres*

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. UIA

RESUMEN: *El presente artículo busca presentar la visión histórica de la Iglesia católica sobre los medios de comunicación a lo largo del siglo XX. Esta recuperación se basa en el análisis de los artículos que sobre el tema se publicaron en la revista de difusión del Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana (IMDOSOC), Signo de los tiempos, la cual cumple ya 40 años de publicarse ininterrumpidamente. Lo que se pretende es mostrar, por medio de la revisión completa de la revista, la evolución de esa visión histórica que ha tenido la Iglesia en los medios de comunicación, así como sus pensadores tanto religiosos como laicos en las páginas de la revista.*

PALABRAS CLAVE: *Signo de los tiempos, medios de comunicación, pensamiento social cristiano, IMDOSOC, Iglesia católica.*

Signo de los tiempos and Mass Media (1983-2023)

ABSTRACT: *This article aims to explore the Catholic Church's historical perspective concerning mass media during the 20th century. The discussion is based on an analysis of articles published in the general circulation magazine of the Mexican Institute for Christian Social Doctrine (IMDOSOC) Signo de los tiempos, which has appeared continuously for the last forty years. The purpose is to show the evolution of both churchmen and lay people on this topic as expressed in the pages of the magazine, from its foundation in 1983, till 2023.*

KEYWORDS: *Signo de los tiempos, mass media, IMDOSOC, Catholic church, Christian social thought.*

* valentintorresseptien@gmail.com

Signo de los tiempos, la primera revista creada por Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana en enero de 1985, se formó como un órgano de comunicación para dar a conocer, por medio de sus artículos, la Doctrina Social Cristiana (en adelante DSC) y lo que ésta significa y conlleva. Una revista con miras abiertas para llegar, no sólo al grupo cercano a la jerarquía eclesiástica y a los grupos de religiosos que ya eran atendidos por otras revistas del mismo corte en el país, sino a los laicos, a todos aquellos interesados en los problemas sociales de México y, como en ella se dice, “a todos los hombres de buena voluntad” [*Signo de los tiempos* 1994 2-3].

En este artículo me propongo analizar la percepción que la revista *Signo de los tiempos* ha tenido en sus 40 años de vida en relación con los medios de comunicación. Para ello, el texto consta de tres apartados: el primero se refiere a la descripción de la revista, sus objetivos, métodos y a un análisis somero de sus articulistas. El segundo aborda cómo la Iglesia católica fue regulando y apropiándose de los medios de comunicación en sus documentos oficiales para darles cabida como una forma de comunicación institucional. Finalmente, el tercero analiza los artículos en los que la revista ha tratado el tema, sus aproximaciones, preocupaciones y debates; todo ello teniendo como material exclusivo de consulta a la propia revista.

1. PRESENTACIÓN DE SIGNO

El nacimiento de la revista fue un esfuerzo de laicos comprometidos con la Iglesia católica para dar apoyo y respuesta a las necesidades sociales, desde una perspectiva de las enseñanzas del catolicismo, que, por siglos, tuvo una postura más reactiva y que sólo la urgencia planteada por los problemas sociales la forzaron a dar respuesta a los mismos, ya entrado el siglo xx. En los casi 40 años de vida de *Signo de los tiempos*, su objetivo estuvo y está en el análisis de estos asuntos planteados por la DSC y, de esta manera, contribuir a la formación de la conciencia social de los cristianos desde el Evangelio. En uno de sus primeros números, la página editorial explica qué se entiende por Doctrina Social Cristiana: “[...] que no es otra cosa sino la ética social que expresa la existencia del Evangelio y se encuentra con las ciencias y los quehaceres humanos en fecundo diálogo”.¹

En la trayectoria del Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana

¹ Cabe señalar que la Doctrina Social Cristiana se ha ido adecuando a los cambios sociales con el paso de los años. A partir del Concilio Vaticano II se vio fuertemente impactada por el pensamiento humanista de Jacques Maritain, por el personalismo de Emmanuel Mounier, entre otros.

(IMDOSOC) está clara la intención de adecuarse a los tiempos y a la realidad de una Iglesia con una sociedad que no permanecen inmutables y cuyas demandas estructurales cambian a la luz de las transformaciones sociales. Sus creadores han mantenido vivos los mismos ideales en cuanto al compromiso social por mejorar las condiciones del país, para lo cual, a la par de sus publicaciones, crearon un centro de investigación, enseñanza y difusión de la DSC, que parte de la premisa de que quienes están a cargo de la toma de decisiones en los ámbitos de la política, la economía y la sociedad y de las crisis por la que atraviesa tanto México como el mundo, no cuentan con la formación sólida necesaria para ejercer sus funciones responsablemente. Consideran que la DSC puede contribuir a subsanar estas deficiencias y a generar un México de mayor paz y justicia, idea válida no sólo para los católicos, sino para cualquier humano.

La riqueza de la DSC como expresión de la acción evangélica se manifiesta en los esfuerzos de su aplicación en las más diversas actividades e instituciones sociales como la familia, la educación, el trabajo, la empresa, la economía, la política, los derechos humanos, en general, en toda la cultura en un sentido amplio; temática abordada por la revista.

Su título implica la puesta en práctica de la doctrina al suponer la atención al momento cuando se vive, al tiempo real; para sus editores, signo de los tiempos; consiste llevar el Evangelio a los hombres y mujeres en el momento preciso, el aquí y ahora, de una manera concreta, tomando en cuenta la complejidad de los fenómenos económicos, sociales y políticos que están inmersos. Es una frase que intenta comprender los problemas de la sociedad y de la historia humana como interpelaciones a la misión de los cristianos en la sociedad. Fue el papa Juan XXIII quien, en la Navidad de 1961, distinguía en los signos de los tiempos: “[...] Numerosos indicios que nos infunden esperanza sobre los destinos de la Iglesia y de la humanidad”. La intención de la expresión era colocar la historia humana, en todas sus dimensiones “[...] bajo la mirada de la fe y de la reflexión teológica” [*Signo de los tiempos* 1994: 2-3]; asimismo, ver con la historia el doble juego de “[...] la acción del hombre y la acción de Dios [...] que suscita conversión y apertura” [1994: 2-3]; finalmente, es ver en el signo de los tiempos “un motivo de esperanza” [1994: 2-3].

En relación con la función que desarrolla el IMDOSOC, el concepto *Signo de los tiempos* se vincula con el Decreto sobre el Ministerio de los Presbíteros, donde se alerta a los sacerdotes que: “[...] para discernir los signos de los tiempos, es absolutamente necesaria la colaboración de los laicos, porque sólo cuando se está inserto en los acontecimientos del mundo de una manera activa (como es lo propio de los laicos) es posible descubrir esos signos”

[Bernal 2013: 18]. En este sentido la frase da un sustento muy importante a las acciones del Instituto, que se centra en la acción laical.

El primer consejo editorial de la revista estuvo conformado por tres personas: Manuel S. Gómez Granados en la dirección, personaje que se mantuvo al frente de la Institución por casi 30 años, quien tenía a su cargo, además de la revista, la dirección del Instituto; participaron también Soledad Quintanar y el jesuita Luciano Rivas Piccorely. Ya en el número siguiente aparecen como miembros de este consejo un numeroso grupo de sus miembros, en su mayoría fundadores, empresarios católicos, muchos de ellos provenientes de la Unión Social de Empresarios de México, (USEM),² quienes se mantendrán como miembros, consejeros y donantes del Instituto.

El método empleado por la revista, a lo largo de su historia, se vincula a la metodología tradicional de la Iglesia (ver-juzgar-actuar), utilizado por la Acción Católica desde mediados de la década de los años veinte, que se generalizó en la Iglesia a partir de la encíclica *Mater et Magistra* del papa Juan XXIII. El método sigue invariable.

La actual directora del IMDOSOC considera que: “El método de la Doctrina Social de la Iglesia (DSI) ha sido eje rector y conformador de nuestra formación, investigación y difusión del pensamiento social cristiano. Aunque reconocemos que no es el único, consideramos que es un esquema adecuado para comprender, iluminar y transformar la realidad a la luz del Evangelio” [Castillo 2022: 1]. A lo largo de los años el método queda evidente en la manera cómo se plantean y trabajan la mayoría de los artículos.

Los asuntos que interesan a la revista están vinculados prácticamente con la mayoría de los temas que impactan, desde la DSC hasta la sociedad: pobreza, desigualdad, política, democracia, elecciones, economía, educación, paz, derecho, ciudadanía, bien común, bioética, ecología, derechos humanos, dignidad humana, juventud, laicos, mujer, matrimonio, magisterio, trabajo, empleo, liderazgo, medicina, migración, racismo, sida, muerte, violencia, testigos y testimonios, obras sociales, salud, población, campo, indicadores sociales, indicadores económicos, capitalismo, asuntos internacionales —sobre todo en Haití, Cuba, Santo Domingo, África y América Latina en general— y algunos estados en particular como Chiapas y Oaxaca, biogra-

² Director: Manuel S. Gómez Granados; Responsable de Edición: Soledad Quintanar, Colaboración Especial: Luciano Rivas Piccorely, sr. Revisión y Asesoría: Comisión Académica (Mariano Azuela Güitrón, Mons. Abelardo Alvarado A., Fernando Estrada Sámano, Gabriel Rosales Hueso, Alfonso Ponce Robles, Diego Zavala H., Gonzalo Martínez); Comisión de Difusión: Sergio Aguilar del Valle, José Luis Barroso Montull, Luis Alfonso Villaseñor, Jorge Mc. Cullough Conrey.

fías, deporte, relaciones humanas, poesía; por supuesto, todos los asuntos relacionados con la Iglesia como la encíclicas papales, mensajes del papa, asambleas, comunicados de obispos, cartas pastorales, ecumenismo, reflexiones teológicas, fe, espiritualidad, navidad, cuaresma, Concilio Vaticano II, publicaciones católicas, catecismo, pastoral social, opción preferencial por los pobres, apostolado, parábolas, mensajes, sínodos, entrevistas, etcétera.

La estructura de la revista consta de artículos breves, generalmente de una o dos cuartillas; un apartado importante de mayor tamaño, el *Suplemento*, luego llamado *Ensayo*, posteriormente *Opinión y debate*, donde se abordan los temas con mayor profundidad.

A partir del número 9 empiezan a promocionar las publicaciones del IMDOSOC, donde ya se mencionan al menos tres colecciones: Iglesia y sociedad, Diálogo y autocrítica y DSC, así que se pone de manifiesto la importancia que el Instituto dio, desde sus inicios, a la difusión del pensamiento social.

En un inicio fue una publicación bimestral, posteriormente se vuelve mensual. El primer año constó de ocho páginas en tamaño oficio. Para el año siguiente ya eran 12 y su formato ha variado con el tiempo. En un principio la revista no contenía anuncios ni fotografías; su presentación era sumamente sobria. Las suscripciones se hacían personalmente, por carta o teléfono. La evolución del diseño fue cada vez más moderna.

Su estructura, que no ha variado sustancialmente, es bastante ortodoxa: portada, generalmente un diseño propio que varía de número en número, pocas veces con fotografías; la contraportada, donde se muestra el contenido del ejemplar con un pequeño resumen, enfocado en los contenidos más relevantes de la edición; la editorial, cuyo breve artículo plantea la opinión, generalmente del director de la revista sobre determinados temas o situaciones que revelan la postura o pensamiento ideológico del medio, en ocasiones firmado, en otras no; el índice, los créditos —*staff* de la revista— y los artículos, parte medular del contenido.

La revista fue incorporando, en diferentes momentos pequeños apartados con información adicional como “Cartas a los lectores”; durante los primeros números aparecen secciones como “Más para leer” o “Para leer”, que es la información sobre publicaciones del IMDOSOC u otras editoriales católicas; “¿Y lo sabías?, De aquí y allá”, donde aparecen noticias sobre acontecimientos nacionales e internacionales; “Palabras para el camino”, en el que se hace manifiesta la dimensión poética y espiritual del compromiso social; “Luces y sombras” en la que se ofrecen una serie de datos concretos de la realidad social; “Entrenúmeros e Indicadores sociales” elaborados por el personal del IMDOSOC, donde se muestran encuestas y ofrecen

datos duros y estadísticos sobre diferentes aspectos sociales. Recientemente se incorporó la sección “Infografías”, la cual, gracias a imágenes, se sintetizan gráficamente temas para de la reflexión. Asimismo, su publicación es un canal para la publicidad a sus propios cursos. En 2020 vuelve hacerse bimestral; hasta septiembre de 2022 tuvo un tiraje de 600 ejemplares y a partir de esta fecha sólo estará disponible de manera electrónica en la página *web* del IMDOSOC.

La línea editorial, seguida desde hace 40 años, se ha mantenido prácticamente libre e inalterable y, sin duda, es un paradigma de revistas de difusión, caracterizada por su seriedad en la información y el análisis, desde el punto de vista de la DSC.

Como la mayoría de las revistas, en un principio sufrió de las complejidades financieras que han tenido los medios de comunicación en general y de la falta de publicidad, misma que se iría incorporando poco a poco. El primer anuncio que aparece en la revista fue del Consejo Nacional de la Publicidad (CNP), más adelante se irán integrando otros anunciantes, muchos de ellos de las empresas de los miembros del Instituto o de la USEM.

De aproximadamente 857 articulistas³ son laicos aproximadamente 596 —449 hombres y 147 mujeres—⁴ en total se contabilizaron 258 religiosos —244 hombres y 14 mujeres. Cabe aclarar que de estos escritores algunos han publicado o publicaron hasta su muerte en la revista. Tal es el caso de algunos laicos como Carlos T. Wagner Wagner —32 artículos— quien se abocó al análisis de temas de política y trabajo; Lorenzo Servitje Sendra (39 artículos) trabajó sobre temas muy diversos; Efraín González Luna (23 artículos) quien reflexionó en sus páginas sobre la DSC y temas de política y trabajo; los cardenales, Roger Etcheagaray (38 artículos) sobre temas de la DSC y espiritualidad y François Xavier Nguyen Van Thuan (22 artículos), sobre espiritualidad; los religiosos Eduardo Bonnin (32 artículos), Umberto Mauro Marsich (26 artículos), Rafael Moya García (21 artículos), Manuel Olimón Nolasco (21 artículos), Ignacio Díaz de León, (19 artículos), Carlos Talavera (17 artículos); directivos y miembros de staff del Instituto también laicos como Manuel Gómez Granados (93 artículos), Jesús Arturo Torres León (79 artículos), Verónica Morales Gutiérrez (66 artículos), Javier He-

³ Realicé un cuadro con los autores de cada número y los artículos escritos por cada uno de ellos. Me encontré que los autores aparecen descritos con diferentes nombres en los distintos artículos de su autoría. Muchas veces hay que suponer que son los mismos, aunque aparecen con nombres distintos; un ejemplo: Arturo Torres, Arturo Torres León, Jesús A. Torres León, Jesús Arturo Torres León, ¿Pablo Arturo Torres León?, Jesús Torres León y como él, otros.

⁴ Igualmente ,hay algunos autores, cuya procedencia no pudo ser comprobada

rrera Romero (48 artículos), Víctor Manuel Chávez Huitrón (49 artículos) y articulistas asiduos como Rodolfo Soriano Núñez (38 artículos), Gabriel Zaid (33 artículos), Jean Meyer (32 artículos), Ana Alicia Ávila Ortega (41 artículos), Raúl González Schmal (22 artículos), Francisco Prieto Echaso (19 artículos), Sabino Galindo Palma, (19 artículos) Débora Buiza Goyri (18 artículos), Romualdo Gallardo Carrillo (17 artículos), María Luisa Aspe Armella (16 artículos), Olivia Sánchez Benavides (15 artículos), Isabel González Llorente (13 artículos), Salvador Novoa Garza (13 artículos) y miembros del IMDOSOC, cuyos nombres no se especifican (con 201 artículos), por mencionar los más relevantes.

Estos escritores pertenecen obviamente al grupo de pensadores católicos, muchos de ellos vinculados estrechamente con el IMDOSOC. Un número importante pertenece al ministerio sacerdotal, desde los propios pontífices, de los cuales sólo se reproducen mensajes y escritos espirituales, así como de cardenales, en primer lugar Roger Etchegaray, a quien se nombró presidente honorario vitalicio del Instituto, Francisco Xavier Nguyen Van Thuan, figura paradigmática quien visitó al Instituto, como el anterior, dirigieron el Pontificio Consejo de Justicia y Paz; el cardenal Renato Raffaele Martino, Felipe Arizmendi Esquivel, cardenal de la Diócesis de San Cristóbal de las Casas o monseñor Carlos Talavera, fundador del Instituto, Mario Ángel Flores, Rafael Moya García, Joaquín Antonio Peñaloza, Manuel Olimón Nolasco, pertenecientes al clero secular. También importantes representantes del clero regular en la revista son Umberto Mauro Marsich, s.x, e Ignacio Díaz de León, msps, entre otros, todos ellos impulsores de la dsc y temas afines.

Entre los laicos son significativos articulistas los ya mencionados fundadores y miembros del Consejo Directivo del IMDOSOC, como Efraín González Luna, Raúl González Schmal, Manuel Olimón y María Luisa Aspe. Algunos de los miembros del *staff* operativo del Instituto destacan por sus numerosas participaciones, sobre todo sus dos primeros directores: Manuel Gómez Granados y Víctor Chávez Huitrón quienes incidieron en temas sociales; Jesús Arturo Torres León abordó fundamentalmente temas sobre obras sociales y Verónica Morales Gutiérrez hizo un rescate valioso sobre lo que la Iglesia ha dicho en sus documentos magisteriales respecto a diversos temas sociales. Es también importante la presencia constante de Gabriel Zaid con sus reflexiones variadas sobre la realidad nacional, al igual que los profundos artículos del doctor Jean Meyer o los análisis fecundos de Francisco Prieto sobre temas muy variados. Entre las mujeres sobresale la participación de Ana Alicia Ávila Ortega, quien analiza diferentes obras sociales en el país, e Isabel González, cuyos temas se centran en la familia,

sólo por mencionar a algunos.

2. LA IGLESIA Y EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS VISTOS POR MEDIO DE *SIGNO*

La revista *Signo*, independientemente de ser ella misma un medio de comunicación desde la Iglesia laical, ha publicado en sus páginas un buen número de artículos sobre los medios de comunicación a lo largo de sus 40 años de vida y lo sigue haciendo gracias a las redes sociales.⁵ Precisamente sobre esos artículos se elabora este trabajo, con el propósito de conocer, desde el punto de vista de sus articulistas e indirectamente de la Iglesia católica, cómo reflexionaron sobre ellos a lo largo de los años.

Es claro que la prensa católica, vista como una forma de llegar a la fe-
ligresía letrada, fue ésta, desde la llegada de los primeros evangelizadores, una de sus preocupaciones principales, inicialmente su intención fue evangelizadora y poco a poco fue derivando hacia una forma de transmitir su postura frente a asuntos doctrinales y sociales. Sin embargo, no es sino hasta principios del siglo xx cuando por medio de su magisterio, vio en los medios un objetivo sobre el cual había que pensarse mucho más seriamente, consciente de sus beneficios, así como de los graves problemas que podían acarrear a los hombres.

La primera mención de la revista en cuanto a los medios es la referente al papa León XIII, quien planteó al hablar de la cuestión obrera, una visión somera de lo que más tarde la Iglesia retomaría como medios de comunicación social, apenas en germen. Sin embargo, no fue sino con la aparición del cinematógrafo cuando la Iglesia se pronuncia “oficialmente”, con la encíclica *Divini Illius Magistri* [1929] en un tono de amonestación y denuncia frente al peligro que estas nuevas formas de entretenimiento implicaban para la formación y conciencia moral de los hombres.

Posteriormente con la encíclica *Vigilanti Cura* [1936] se dio inicio “a un discurso de tipo doctrinal y organizativo” que, además de señalar defensas y prevenciones contra los peligros y daños del cine, pugnaba por la necesidad de generar un trabajo más positivo con los mismos, ampliando después la consideración de los contenidos a otras modalidades de la comunicación.

Pío XII intensificó la dimensión constructiva en la reflexión tanto en el plano teórico como en el organizativo, con la encíclica *Miranda Prorsus* [1957] en relación con la radio y la televisión, ya que vio en ellas una herra-

⁵ Por medios de comunicación se entiende en este artículo desde la prensa escrita de los primeros siglos hasta los avances paulatinos que se fueron dando en la comunicación de masas: radio, cine, televisión, medios electrónicos, etcétera.

mienta conveniente para diferenciar lo positivo de lo negativo, sin dejar de lado la necesidad de un discernimiento ético [Sobrino 1997: 8-9].

Pablo VI se interesó, de manera especial, por esta forma comunicativa; así lo demuestran varias de sus encíclicas y decretos. De 1963 en *Inter Mirifica* se inició un segundo período de reflexión de la Iglesia sobre los medios. Utiliza ya el concepto de “instrumentos de comunicación social” en la que se reconoce la existencia del derecho a la información, situación que la Iglesia, a pesar de todos los esfuerzos realizados, ya no la podía postergar pues los medios invadían tanto pantallas cinematográficas como los hogares con la televisión.

Si en un primer momento la postura eclesial fue reactiva a estos avances de la tecnología, es decir, sólo actuaba frente a ellos cuando veía un peligro inminente, a partir del Concilio y los años posteriores la Iglesia asumió a los medios como necesarios y útiles para la evangelización y afirmaba que, rectamente utilizados, prestaban una valiosa ayuda a la humanidad [Páramo 2002: 5]. Por lo tanto, hacía un llamado a sus pastores para que se sirvieran de ellos, los usaran y los pusieran en práctica, de acuerdo con el orden moral (Decreto *Inter Mirifica*, n. 4-5) [Sobrino 1997: 9].

La *Carta Apostólica, Octogesima Adveniens* [1971], también de Pablo VI y la publicación de la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*, —de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales— se consideran los documentos fundantes de las comunicaciones sociales que promueven el respeto y la liberación como factores de desarrollo; son expresiones de la responsabilidad para transmitir valores éticos [Morales 2001: 21]. Esto resulta interesante pues, por vez primera, se habla de responsabilidad, no sólo de quién emite, sino quién recibe mensajes. La encíclica *Evangelii Nuntiandi* [1975: n. 42] señalaba ya la importancia del uso de la imagen, cuyo valor no se había considerado hasta entonces y manifestaba que los medios son “una versión moderna y eficaz del púlpito” [*Evangelii Nuntiandi* 1975: n.45 *apud* Morales 2001: 21].

El *Documento de Puebla* [1979] marca también su importancia [Puebla 1979: 1063-1064 *apud* Sobrino 1997: 9], no sin dejar de hacer evidente su lado oscuro al afirmar que los medios “se han convertido muchas veces en vehículo de propaganda del materialismo reinante, pragmático y consumista que crea en nuestro pueblo falsas expectativas, necesidades ficticias, graves frustraciones y un afán competitivo malsano”. Este punto se reiterará en documentos y escritos posteriores como un grave daño a las mentes, sobre todo a las juveniles [Puebla 1979: 1073 *apud* Morales 2002: 10].

Posteriormente Juan Pablo II también asumió su necesidad y valor. En

la encíclica *Sollicitudo Rei Socialis* de 1987 señala a los medios como instrumentos de poder manejados por los países del primer mundo, que hacen una clara diferencia con los países tercermundistas [*Centesimus Annus* 1991: 36 *apud* Morales 2002:10]. Y en *Centesimus Annus* [1991] afirma la importancia de educar a los consumidores en su uso responsable, aunque también señala la responsabilidad que tenían en ellos las autoridades públicas [*Centesimus Annus* 1991: 36 *apud* Morales 2002:10]. Advierte del obstáculo que los medios pueden significar para el recto crecimiento de los individuos, según una justa jerarquía de valores cuando éstos se convierten en formas de manipulación [*Centesimus Annus* 1991: 36 *apud* Morales 2002: 10] e incapacitan al individuo para desarrollar su pensamiento crítico, llevándolo por caminos equivocados, de acuerdo con los valores cristianos. En su discurso inaugural a su visita a Santo Domingo (1992), llamó a intensificar la presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación “como una prioridad pastoral” [*Centesimus Annus* 1991: 36 *apud* Morales 2002: 10].

El Catecismo de la Iglesia Católica [1997] recogió las enseñanzas del Concilio Vaticano II y no es muy explícito en cuanto a los medios. Sólo indica que “[...] los responsables de la comunicación deben mantener un justo equilibrio entre las exigencias del bien común y el respeto a los derechos particulares” [*Catecismo de la Iglesia Católica* 1997 *apud* Morales: 2002: 17], además, se habla específicamente de la responsabilidad de los usuarios, de quienes tienen la capacidad de elegir, frente a los *mass-media*, lo que implica una novedad, ya que anteriormente la responsabilidad de los mismos sólo se atribuía a los emisores [*Signo de los tiempos* 1998: 3].

El *Pontificio Consejo Justicia y Paz* [2005], también firmado por Juan Pablo II, pone énfasis en que los medios hagan de la persona alguien mejor, madura espiritualmente, más consciente de la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierta a los demás, en particular hacia los más necesitados y los más débiles, con lo cual muestra que si bien deben ser empleados dominando su lenguaje y naturaleza, siempre deberán primar en ellos los valores cristianos [*Pontificio Consejo Justicia y Paz* 2005: 415 *apud* Morales 2002: 17]. Advierte, como lo hicieron los pontífices de principios de siglo, que pueden constituir una invitación para exaltar lo que es degradante como la pornografía, el materialismo, el consumismo, el individualismo y la venganza [*Signo de los tiempos* 1998: 3], así como los vehículos para la creación de ideologías. Por ello, propone utilizarlos en contrario, es decir, ve en ellos instrumentos de la nueva evangelización, un concepto que llevará a muchos a usarlos profusamente a por medio de las nacientes redes sociales.

Un punto destacable radica en el énfasis que hace en cuanto a la for-

mación de los comunicadores, cuya educación, además de técnica, debería ser moral y ética; tendría, según su perspectiva, que incluir una amplia formación cultural, humana, filosófica, histórica, estética y de ciencias sociales, conocimientos que deberían estar sustentados en la vida interior del comunicador [Aldama 1998: 16].

El reto de las comunicaciones quedaba claro en *Laborem Exercens* [1981] al proponer subordinar la técnica a la ética con lo cual la Iglesia daba a los medios un valor muy distinto de lo que los comunicadores modernos intentaban hacer, al no tener escrúpulos con tal de llegar al mayor número de personas posible, como se podía constatar al revisar los contenidos de la televisión abierta de esos años [Soriano 2001: 17].

Para todo esto, en la v Conferencia de Aparecida (2007), inaugurada por el papa Benedicto xvi, la Iglesia asumió su papel como formadora de comunicadores profesionales competentes y comprometidos con los valores humanos y cristianos, bajo el deseo que éstos a su vez, llevaran a cabo el difícil papel de educadores y promotores de leyes adecuadas, con valores válidos de discernimiento (núm. 486) [Arizmendi 2008: 11].

Para el papa Francisco, los medios son una de sus armas indispensables para la comunicación con la grey, además de ser mecanismos necesarios en la trasmisión del Evangelio. En su encíclica *Evangelii Gaudium* [2013] afirma que las redes y los instrumentos de la comunicación humana han alcanzado desarrollos inauditos [*Evangelii Gaudium* 2013: n.87 *apud* Morales 2014: 17]. Su postura es más abierta y hace un uso constante de los mismos. El Vaticano cuenta actualmente con una página *web* donde emite un boletín diario, una pestaña llamada *Vatican News* en la que se transmiten noticias del papa, del Vaticano, de la Iglesia, del mundo y su propio *twit*. A Francisco se le ve participando constantemente en los medios de comunicación, lo cual habría que valorar en cuanto a sus efectos, pues sin duda es un personaje controvertido.

3. SIGNO Y LOS MEDIOS A TRAVÉS DE SUS ARTICULISTAS

La postura de *Signo de los tiempos* frente a los medios de comunicación está fundamentada en los principios marcados por el magisterio de la Iglesia y la DSC. Son muchos los temas que se mencionan, por lo cual sólo se destacan los principales:

a) Familia y sexualidad

Desde los primeros años de su publicación, en sus análisis sobre los medios resalta el asunto, siempre preocupante para la Iglesia, sobre los valores fundamentales de la familia que habían sido trastocados por la violencia y el desorden sexual. Para mediados del siglo xx consideraban que estos vicios eran, promovidos, en parte, por los mensajes y programas de televisión, radio, películas y prensa, que eran para la gran mayoría de la población, los únicos medios de formación e información. Las primeras observaciones hechas por la revista al respecto, se centraban en la idea de que los medios de comunicación con frecuencia ponían “[...] un acento obsesivo en lo sexual y lo erótico, mostrando relaciones íntimas, promiscuidad, pornografía o perversiones” que, bajo el pretexto de entretener a las audiencias, se mostraban con lujo de detalle. Los valores de la familia, la obediencia de los hijos, el valor del matrimonio, la fidelidad conyugal, la consideración a los mayores, el decoro en el lenguaje eran menospreciados y denostados mediante una excesiva exposición a la vulgaridad, al morbo y a la violencia. Así, por ejemplo, el doctor Pablo Latapí menciona los “programas verdaderamente imbéciles que se transmiten, el manoseo que se hace continuamente de la violencia y el cultivo del morbo” [Latapí 2001: 3]. En consonancia con el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, señalaba que “[...] la pornografía y la exaltación de la violencia son viejas realidades de la condición humana que evidencian la componente más turbia de la naturaleza del hombre, dañada por el pecado [...] [que ha] pasado a constituir un serio problema social [...]” [*Signo de los tiempos* 1997: 3].

Para los comunicadores católicos el vínculo niñez-familia tiene un papel trascendente, pues en la familia es donde se forma la sociedad [Abad 1998: 5-6]. Por ello, el IMDOSOC se sumó a la “Campaña nacional para mejorar los medios de comunicación”, lo cual plasmó en su revista, fue un movimiento cuyo fin no era sólo manifestar su preocupación a publicistas, autoridades y medios, sino a colaborar con propuestas constructivas. En 1996 se llevó a cabo la campaña “En los medios. A favor de lo mejor”, integrada por 2 434 organizaciones cívicas, sociales y religiosas, como la Cruz Roja Mexicana, 96 de las principales universidades, la Asociación de *Scouts* de México y la Unión Nacional de Padres de Familia, su objetivo era “apelar a la conciencia y responsabilidad de los medios de comunicación para que se encuentren las vías idóneas para el uso positivo y autorregulado, que evite seguir alentando la cultura de la violencia, del desorden sexual y del menosprecio a los valores de la familia”. Incluía nueve líneas de acción en relación con los medios: recepción crítica, sistemas de clasificación, mejores contenidos, ética profesional, investigación, autorregulación, res-

ponsabilidad de anunciantes, interlocución, cumplimiento de la legislación [Guevara 1998: 13-14].

b) Impacto en las conductas sociales

Por otra parte, se culpaba a los medios de transmitir a la población ejemplos perniciosos que influían en las conductas sociales. Rodolfo Soriano, refiriéndose a los medios mexicanos, consideraba que éstos “[...] han dado en fechas recientes pruebas dramáticas de falta de profesionalismo, de incapacidad para comprender cuáles eran las expectativas de la sociedad mexicana respecto de los procesos de cambio. Son culpables de promover modelos de comunicación marcados por las notas de la misoginia, la vulgaridad, la agresión y muchos otros defectos”. Aunque supone que hay culpa en el público, la cual tiene capacidad de elegir, “lamentablemente, los formatos y programas que se ven más favorecidos por el público son los que destacan más por su vulgaridad y pobreza de contenidos” [Soriano 2002: 7].

Monseñor Arizmendi Esquivel, refiriéndose a las telenovelas, que ya para 2008 cumplían 50 años en las pantallas, afirmaba que “la Iglesia aprecia y valora los medios de comunicación rectamente utilizados ya que prestan ayuda al género humano, puesto que contribuyen mucho al descanso y cultivo de los espíritus y a la propagación y consolidación del reino de Dios”; sin embargo, estos medios mal utilizados podían ir “[...] contra el propósito del Creador y convertirlos en su propio daño” al ver en ellos ejemplos perniciosos de conductas inmorales que la falta de madurez espiritual conllevaba [Arizmendi 2008: 11]. Introduce citas evangélicas para afianzar su punto al referirse a Mateo: “[...] ¡Ay de aquel por quien viene el escándalo!” [Mateo 18, 6-7]. Y con una aplicación directa a la televisión, advierte: “Si tu ojo es ocasión de pecado, sácatelo y arrójalo lejos de ti; más te vale entrar en la Vida con un solo ojo, con los dos ojos arrojados en el lugar de castigo” [Mateo 18, 9] Comenta que no cree en quien se saque el ojo o quien tire la televisión a la basura, como exigían algunos sacerdotes a sus fieles, pero pide que al menos se cambie de canal inmediatamente y se eduque a los hijos para que sepan rechazar la tentación, a ejemplo de Jesús. “La felicidad interior actual y futura, es mantenerse limpios de corazón [...]. Si la mente, la imaginación y los ojos están saturados de erotismo, la persona se destruye y contamina todo a su alrededor” [Arizmendi 2008: 11].

c) Violencia y crimen

En otros artículos se culpa a los medios de exacerbar el crimen y la violencia al convertirlos en parte de la industria del espectáculo: “El delincuente se convirtió en celebridad y la celebridad en el ‘gancho’, la meta es el rating [...]”. El investigador David Philipps, de la Universidad de California, citado en la revista, considera que “la violencia publicitada con insistencia” es causa del “agravamiento de la violencia real y de los abusos asociados con la comisión de ilícitos [...]”. Los psicólogos exponen que la televisión propicia cambios de conducta en las sociedades e influye de manera determinante en el futuro de los niños” [Abad 1998: 5-6].

En general, se ve a los medios desde una posición dicotómica, maniquea y con la dificultad que esto implica para trabajar con ellos. No se elude su importancia y la necesidad que tiene la Iglesia de integrarlos a la forma de comunicación con sus seguidores, pero parece asustarle la influencia tan grande que éstos tienen en las masas, sobre todo en quienes los reciben sin un filtro crítico.

Siguiendo a McLuhan, Miguel Ángel Sobrino señala que son “[...] extensiones del hombre y por tanto potencian su capacidad comunicativa; pero en la misma medida inciden en toda la vida del hombre ejerciendo en él “[...] de manera consciente o subliminal una influencia decisiva” [Sobrino 1997: 8].

Prieto, colaborador frecuente de la revista, señalaba los beneficios de los primeros medios de comunicación como oportunidad de vinculación familiar, misma que se fue perdiendo, así como el ejercicio de la vida interior. Para este analista, los medios uniforman a las masas en torno a los modelos que se les presentan, imitando a actores y actrices “[...] que les han robado su libertad y les han extraído su alma” [Prieto 1998: 10]. Sostiene la idea “macluhiana” de un regreso efímero al sentimiento del mundo como una aldea global y el retorno al sentimiento de insularidad, de debilidad y aun impotencia, “de ser una simple mercancía perfectamente prescindible” gracias a la radio y la televisión [Prieto 1998: 10].

d) **Formación de la conciencia**

Otro punto profundizado en la revista es la responsabilidad que se da a la formación de la conciencia en los medios, no sólo como un divertimento social, sino como una influencia real en el pensamiento social; para ello, un analista pone un primer ejemplo en relación con lo implicado en las elecciones presidenciales de Chile, Brasil, Guatemala, Nicaragua o Colombia. Para este articulista los medios intervienen en tres niveles de la formación

de la conciencia:

1. En la génesis crítica del público receptor. A este respecto, considera que la Iglesia ha ido variando su postura de una reacción defensiva e inquisitoria, con la preocupación de “proteger” al público receptor, con una postura dinámica constructiva, “más interesada en observar y promover lo que el público hace con los medios y sus mensajes, que lo que éstos hacen con aquél”. Es decir, la visión de la Iglesia ahora vuelca su atención en el receptor y no en el emisor como en años anteriores.
2. En la ética, profesional, cristiana de los comunicadores, ya que detrás de los medios hay siempre personas, creativos, productores, actores, redactores, directores, publicistas [...]. Y a esa fecha la Iglesia no se había preocupado por ellos; la Iglesia asume ahora su responsabilidad en la formación de estos profesionales
3. Como la capacidad que tienen *per se* para influir en la mentalidad y costumbres del público.

Este último punto es importante porque supone que los medios masivos crean en el receptor un mundo ficticio, de ilusiones, ya que cumplen una “función narcotizante” al crear hábitos que hacen dependiente al receptor tanto en el uso de los medios como en ciertos contenidos y géneros. Se señala el peligro de que son vías de evasión de los problemas sociales contemporáneos [Briseño 1991: 35-36].

Sin embargo, reconoce que el público busca estimulación más que evasión; afirma que la conciencia que habilitan los medios masivos es una conciencia sobre “imágenes del mundo”, no sobre el mundo mismo, y les hace tener una conciencia dependiente. Es una imagen vicaria, subsidiaria de los medios; es una conciencia también pasiva, pues no interviene en la realidad, además, está mediatizada por medio de un instrumento, de un aparato, la pantalla televisiva a la que llama “Iglesia electrónica”, que convierte a la pantalla “en una especie de sacramento de la acción divina,” con una conciencia episódica, absolutamente temporal y efímera. Es importante señalar que para el autor de este artículo, los medios de comunicación social no son autónomos en sus influencias sobre la conciencia de las personas, no actúan en el vacío existencial; de ahí la importancia de su vigilancia: “Su poder e influencia son correlativos al poder e influencia de la educación, de la vida familiar, de la formación religiosa, de los valores éticos inculcados en la persona” [Briseño 1991: 35-36].

Con estas ideas comulgan muchos de los autores de la revista. De Lizaur

afirma que la televisión, de ser una novedad en los años cincuenta, pasó a convertirse en un medio manipulador que moldea gustos y juicios colectivos; y reconoce que en la era de la realidad virtual se ha transformado en un canal apócrifo de la realidad. Por otra parte, Luis Lara Tapia, catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), señala que la televisión es una productora de conductas, afirma que existen estudios donde se demuestran cómo realmente el televidente responde a los estímulos recibidos, por medio del televisor sin mayor mediación [Abad 1998: 7].

Para Latapí tanto los bajos salarios magisteriales como los pocos recursos para la educación, la corrupción en el medio magisterial y la pobreza, los maestros tienen que “competir con la ‘tele’, los videos, y los cantantes de moda, en batallas que están perdidas de antemano,” contienda desigual y prácticamente perdida [Latapí 2001: 18].

Prieto añade que los medios al multiplicarse hacen que los seres humanos vivan fuera de sí. “Si uno supiera elegir, si uno tuviera un proyecto de vida, si la existencia de uno tuviera sentido, uno tendría de donde escoger para avanzar y profundizar gracias a los periódicos, a la radio y la televisión, los discos compactos, la gama de productos que se encuentra en *Internet*”, aunque para ello habría que valorar el silencio y “vivir con la conciencia de que elegir es renunciar”. Considera que lo bueno en los medios es escaso porque empresarios y políticos “[...] no han tenido una educación del gusto, ni una cultura general que los lleve a rechazar lo que está mal pensado, mal escrito, mal concebido, mal visualizado”. El debilitamiento de la conciencia moral es lo que lleva a la pobreza y vulgaridad de la mayoría de lo que los medios producen. La solución que propone para este “mal” es la “transformación progresiva de la sociedad sobre la base de que la educación para el ocio es tan importante como la educación para el trabajo [Prieto 2002: 13-14].

e) **Deber ser de los medios**

En la formación ética de los comunicadores se parte de la idea de que estos profesionales deberían tener como premisa la de “servir a la dignidad humana, ayudando a la gente a vivir bien y a actuar como personas en comunidad”. [Aldama 2002: 6]. Se considera que sobre ellos recae una responsabilidad moral muy importante pues se enfrentan a situaciones donde, para conservar sus empleos, se alejan de los principios de su religión. Por tanto, deben estar dispuestos al sacrificio y la generosidad, “a sufrir pérdidas y perjuicios personales antes que permitirse una actuación incorrecta” [Aldama 2002: 6], que para muchos implicaría la pérdida del empleo, pues

conlleva a objeciones de conciencia o a la toma de decisiones complejas.

Por medio de la jerarquía, la Iglesia pedía a los comunicadores católicos que lo fueran “en toda la extensión de la palabra”, como lo afirmó el arzobispo de Los Ángeles, Cardenal Roger Mahoney, en el Congreso *New Tech’98*, al señalar que el reto de la Iglesia “no consiste tanto en saber utilizar los medios de comunicación sino más bien en que sus miembros sean realmente comunicadores” [Aldama 2002: 6], es decir, deberían tomar conciencia de su obligación para “la consecución del bien común y el verdadero progreso de la sociedad” [Páramo 2002: 5]; todo esto lo afirman teniendo en cuenta que la mayor parte de sus receptores son jóvenes ávidos de ejemplos de moralidad que los estimulen hacia sentimientos elevados. De ahí que los comunicadores deberían contar con un perfil académico (científico, técnico y moral), resultado de una preparación sólida y ética [Aldama 2002: 6].

Algunos analistas llegan a considerar la función del comunicador por encima de la de otros profesionistas como médicos o abogados, ya que su influencia va más allá de su labor y tiene en la sociedad un efecto multiplicador. Todo profesionista tiene responsabilidad cuando su tarea “se le violenta, el daño producido en uno u otro caso tiene una variación cuantitativa y cualitativa” [Aldama 2002: 6], es decir, el daño que produce el comunicador es mayor que el de otros profesionistas porque implica a la parte profunda del ser humano y su interacción con los otros.

La revista *Signo* asume esta función ética de los medios al señalar la responsabilidad que tienen todos los participantes: productores, dueños, anunciantes y patrocinadores, maestros, padres de familia, sociedad civil, el gobierno y los usuarios. La tarea que asume la Iglesia es la de insistir y propiciar con todos los elementos a su alcance, sobre la formación ética de los comunicadores y en la actitud crítica en los receptores.

f) Libertad de expresión

Otro punto importante que rescatan los articulistas en esta discusión eclesial tiene que ver con el “falso debate” de la libertad de expresión, al creer que es válido hablar de todo y de cualquier modo. La Iglesia señala que esto lleva al “permisivismo y [a] una falsa concepción de la libertad”. La libertad supone, según la Institución, “prudencia, discreción, inteligencia, justicia, caridad”, lo cual no significa para la Iglesia miedo o cerrazón, sino honestidad y “[...] respetar escrupulosamente las leyes morales y los legítimos derechos y dignidad del hombre, tanto en la obtención de la noticia como en su difusión”, para lo cual Aldama Andrade asume las palabras del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales en cuanto a que

“[...] la libertad de expresión no es una norma absoluta e irrevocable. Se dan casos obvios en los que no existe ningún derecho a comunicar, por ejemplo, el de la difamación, y la calumnia, el de los mensajes que pretenden fomentar el odio y el conflicto entre las personas y los grupos, la obscenidad y la pornografía y las descripciones morbosas de la violencia” [Aldama 2002: 6].

Se añaden, entonces, los beneficios que los comunicadores hallan en el lucro y el *rating* que no toman en cuenta las normas morales y no piensan en el daño que causan, aun cuando la información que proporcionen sea verdadera. Los comunicadores deberían, según el documento conciliar *Inter Mirifica*, “[...] tratar cuestiones económicas, políticas o artísticas de tal modo que nunca resulten contrarias al bien común” [*Inter Mirifica* 1963 *apud* Aldama 2002: 6], por tanto, evitar “humillar, difamar y ver derrotado a quien se les antoja por una manera irresponsable de entender la libertad de expresión,” realizando entrevistas, reportajes e investigaciones para destacar el error y lo magnifican [Torres 2006: 7].

En la revista se hacen llamados a los comunicadores para actuar en lo que se considera el bien común y así los arenga:

Periodista, ¡eres libre de lo que callas y preso de lo que dices! Calla todo aquello que lastima a tus hermanos, calla la mentira, la envidia del egoísmo para poder un día ser libre, y si hablas, habla del Bien que ya nadie conoce, de la verdad y de la esperanza de un México mejor [...]. Señor [...]. Tú que trabajas en los medios de comunicación, ayúdanos a crecer, llévanos por el camino de la verdad, porque “sólo la verdad nos hará libres” [Torres 2006: 7].

A la comunicación se le considera como un ámbito propio del derecho en el que existe una relación de justicia e injusticia, ya que en ella puede involucrarse la mentira, el engaño, la provocación el desorden, la corrupción y la deformación social que pueden ocasionar daños personales, sociales “[...] y que se justifican o toleran en nombre de la libertad” [Castellanos 1997: 7]; de ahí que se considere necesario el derecho a la información como un derecho universal humano, pues no es un derecho individual sino colectivo, “es un derecho de todos, y por tanto, sujeto al bien común” [*Signo de los tiempos* 1998: 2].

Para estos escritores, los emisores públicos tienen también un papel importante en los medios católicos. En una ponencia presentada por el obispo de Quebec, monseñor Turcotte, que *Signo* retoma —supongo convalidando sus opiniones—, el obispo asigna a los medios públicos de difusión una responsabilidad superior a los medios privados, en tanto que son guardianes

del bien común, cuyos privilegios los obligan a ser respetuosos de la programación, con públicos, regiones y convicciones religiosas de sus receptores:

Pensamos aquí en la justicia social, en la ayuda a los más débiles, en el respeto a las personas, en particular a los niños y a los jóvenes (confrontados a situaciones dramáticas de violencia, problemas sexuales, toxicomanía). Pensamos también en el respeto que se debe a los valores familiares a la dimensión espiritual del desarrollo de las personas a las opiniones ilustradas y a los matices que permiten evitar una polarización de los debates [Turcotte *et al.* 1993: 21].

Se considera que ciertas decisiones de programación no deberían descansar sólo en cuestiones de orden comercial y proponen a la industria televisiva “favorecer la auto reglamentación, para asegurar el respeto de los diferentes grupos de telespectadores”. Plantea que los promotores/difusores ofrezcan “una programación variada y tan amplia como sea posible, ofreciendo a los hombres y las mujeres de todas las edades, intereses y gustos, una programación equilibrada que informe, ilustre y despierte”; la comunicación debería tomar en cuenta, por tanto, la dimensión religiosa, no vista desde el aspecto confesional, sino como una “[...] visión realista multidimensional”, con una visión ecuménica, que se consideraba insuficiente o tal vez inexistente [Turcotte *et al.* 1993: 21].

g) **Censura**

Poco se habla en la revista en relación con la censura en los medios. Rodolfo Soriano afirma que: “[...] el Estado es guiado por los criterios del mercado”, pero es el público quien debe ejercer su derecho a elegir que ver o que no ver y ejercer “su derecho a apoyar contenidos que rompan el patrón de vulgaridad, misoginia y privatismo que caracteriza los contenidos de los medios en la actualidad” [Soriano 2002: 7]. La censura, entonces, se convierte en un problema delicado pues afecta el derecho de libertad de las personas.

Al respecto, Pedro Briseño Chávez opinaba que: “La única censura que se justifica es aquélla que se preocupa por proteger los intereses genuinos de la sociedad y por lo tanto a evitar que las comunicaciones sociales se conviertan en materia arbitraria de quienes manejan los medios de comunicación social”. La censura entonces se legitima en “[...] el principio de representación y de subsidiaridad que propone la doctrina social cristiana”, ya que los comunicadores sociales “tienen una responsabilidad social y su quehacer está sujeto a los intereses de la sociedad”; es la sociedad la

que tiene el derecho a censurar cuestiones como la pornografía o la violencia, ya que son “antivalores” sociales. Considera que ninguna sociedad, por su propia naturaleza, se inclina por estos antivalores, pero la autonomía y liberalidad de los medios —que muchas veces actúan en consonancia con los gobiernos— lo permiten, pues así conviene a sus intereses institucionales; por tanto, no reflejan los intereses de la sociedad, sino los del Estado [Briseño 2002: 9].

a) Internet y redes sociales

En relación con el Internet, considerado el más moderno medio de comunicación y seguramente al que todo ser humano está destinado a ligarse para ser un ciudadano, un individuo inmerso en la sociedad, en la economía, en el gobierno, en la educación, etcétera, tendrá que recibir, quiéralo o no, mensajes “positivos”, aunque otros pueden confundir su espíritu también o que pueden contener “un sutil veneno” [Pérez 2011: 10]. Prieto ve en este instrumento un motivo de esperanza:

La computadora e *Internet* se han convertido en el canto de la sirena que permite que, al menos, los semejantes, no importa dónde habiten, se busquen y se encuentren: programen reuniones en algún lugar intermedio del mundo para sentirse menos solos, para abrir significaciones en sus vidas, al tiempo que el alfabeto regresa, porque los libros y las epístolas han vuelto a tener un cause en el mundo gracias a esta nueva, maravillosa invención. Tal vez sea la vía para el reencuentro de la vida interior si ello va acompañado de un regreso del ocio, de un verse plantado ante la necesidad de dejarse morar o de reaprender el camino de la vía contemplativa y retomar la senda a la que conduce haber optado por la puerta estrecha. Sí, es posible —no digo que probable— que la sobrehumana multiplicación de las ofertas de entretenimiento vuelvan a los seres humanos hacia adentro, o al menos, al número suficiente de ellos que pueda fecundar la tierra: un número cada vez mayor de criaturas que, como Sócrates en el mercado de Atenas pueden exclamar: ¡Cuántas cosas hay aquí de las que no tengo necesidad! [Prieto 1998: 10].

No cabe duda que es inevitable aceptar el desarrollo del Internet que afecta todas las esferas de la vida pública y privada, Soriano considera que estas tecnologías constituyen “una suerte de mundo ‘en paralelo’ y ‘en línea’, un mundo virtual que reproduce muchas de las injusticias, desequilibrios e inmoralidades, del mundo ‘real’ pero que también se convierte en tribuna propicia para el anuncio de valores trascendentes, para la cons-

trucción de una sociedad civil responsable y para la denuncia de injusticias". En este universo virtual, iglesias y confesiones no se han quedado atrás mediante el uso del patrón de los "punto-com y punto-org" [Soriano 2001: 16]. De esta forma, se ha tenido acceso a los archivos de la Santa Sede, del Consejo Episcopal Latinoamericano, de las conferencias episcopales de distintos países. "Estos *punto-org* participan activamente tratando de evangelizar un territorio virtual que recuerda en mucho al viejo oeste" [Soriano 2001: 16], aunque el anonimato puede ser utilizado para crear o atizar conflictos. También ve en este medio una paradoja en cuanto a los problemas más agudos de la evangelización, ya que en el momento que se escribió el artículo, sólo 3% de los mexicanos tenía acceso a ese medio, brecha difícil de salvar tanto por los costos económicos como por la ausencia de educación al respecto [Soriano 2001: 16]. Para los católicos queda el reto de participar en el desarrollo de la red y ahí dar su testimonio.

El esfuerzo de la Iglesia por no quedarse atrás es evidente, pues cada día aparecen más sitios católicos "Al ideal de San Pablo, *Regnum Christi, ¡urget nos!*, la Iglesia se ha preocupado por difundir el Evangelio empleando la Red Mundial de Información. Basta ver la cantidad de direcciones para descubrir como los diversos grupos, congregaciones, medios, organizaciones católicas han aprovechado este medio para llevar el mensaje de Jesús" [Aldama 2001: 18].

Las primeras páginas de Internet fueron muy prudentes, incluyendo en ellas noticias, posteriormente el santoral, lecturas de la liturgia, rincones de la oración, espacios de reflexión o preguntas sobre temas diversos que, con el paso del tiempo, han creado récords por el número de usuarios quienes han consultado día con día [Aldama 2001: 18].

Se aseguraba hace 20 años que a Iglesia estaba pasando a otra etapa de la "Red.com", con portales como catholic.net, la iglesia.org, churchforum, vatican.va, entre otras páginas, y las agencias de noticias como FIDES, Zenit, Aciprensa, AICA, EWTN, L'Osservatore Romano, RIIAL, así como los sitios de las congregaciones y órdenes religiosas, de las universidades católicas, de los institutos dedicados a la propagación de Magisterio y de la doctrina eclesial, como el IMDOSOC o el Instituto Juan Pablo II y otros más. Periódicos y revistas católicos también han entrado a la red y se difunden por todo el mundo: "Todo este mundo de la informática ha sido aprovechado por la Iglesia como un medio que Dios pone para la Evangelización" [Aldama 2001: 18].

La Red de la Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL) —proyecto promovido y patrocinado por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales y apoyado por el Episcopado Mexicano— es una red

informática de la Iglesia en América Latina que enlaza obispos, diócesis, seminarios, curias diocesanas e institutos religiosos; organizó en agosto del 2001 un curso para técnicos de la Iglesia en Latinoamérica denominado “Evangelizadores con el Mouse”, donde asistieron alrededor de 30 personas de todo el continente americano y de España a invitación del Pontificio Consejo para la Comunicaciones Sociales, claro ejemplo de la preocupación existente [Aldama 2001: 18]. En la RIAL se encuentran mensajes, documentos del magisterio de la Iglesia, directorios, guías para homilias, noticias generadas en la Santa Sede y locales [Torres 2006: 22].

En un artículo titulado “Nuestra Iglesia también navega”, se publican un buen número de páginas de Internet, vinculadas con la Iglesia católica en México y Latinoamérica, donde se hallan noticias de todo el mundo, mensajes del papa, información sobre organizaciones humanitarias y cientos de posibilidades para dar y recibir apoyo [Terol 2001: 20-21].

Cabe destacar el importante papel de la orden religiosa de las Hijas de San Pablo, cuya misión en muchas poblaciones de la República mexicana ha sido la de transmitir la palabra de Dios con los medios: “[...] nosotras, como Paulinas, estamos comprometidas a anunciar el Evangelio con todos los medios de comunicación: desde un principio a través de la prensa y posteriormente mediante la radio, publicaciones, música, videos, *Internet*, aplicaciones para *iPhone* y todos los medios que la tecnología pone a nuestro alcance” [Sánchez 1999: 34-36]. Una orden dedicada exclusivamente a la comunicación que también participa con la instalación de librerías, ferias de libros, talleres, etcétera. Como dijo Juan Pablo II: “La *Internet* para la Iglesia es el nuevo Areópago”, plazas públicas donde debe ser anunciado el Evangelio [Torres 2006: 22].

A pesar de esta cita, encuentro una paradoja con respecto a la encuesta *Creer en México* que realizó el IMDOSOC en 2013, sobre la “Cultura y Práctica Religiosa”, primera de su tipo, realizada en América Latina, que permitió conocer el sentir de los mexicanos con respecto a sus hábitos religiosos y compromiso social⁶ [Álvarez 2014]. Un aspecto importante de la misma fue indagar la presencia o consumo de programas católicos o cercanos a la misión de la Iglesia. Se constató que la tendencia de sus preferencias está tanto en la radio como en la televisión, ocupando el primer lugar las telenovelas, después las noticias. Sin embargo, de los casi 105 programas radiofónicos mencionados, sólo tres eran cercanos a la difusión cristiana: “Los amigos de Jesús”, “Jesús es mi pastor” y “La hora del Papa”. En cuan-

⁶ La encuesta constó de 3287 entrevistas.

to a la televisión, de más de 200 nombres de programas de producción nacional y extranjera encontraron sólo una referencia a un programa de carácter confesional: “Diez entrevistados, y de ellos ocho católicos, referenciaron el programa *Pare de Sufrir*, programa de la Iglesia Universal del Reino de Dios, como uno de sus favoritos” [2014]. De 115 páginas en la red mencionadas, sólo se encuentran dos alusiones a sitios de carácter doctrinal, una de ellas es catholic.net con dos referencias —página comprometida con la labor pastoral y de difusión de las actividades de la Iglesia— y hubo una sola mención a la página de un pastor chileno: Evangelizando. La articulista señala la importancia de cuestionarse acerca de la poca cercanía que tienen los católicos mexicanos a programas con visión católica sobre la realidad social en cualquiera de estos medios de comunicación [Álvarez 2014].

Para concluir este recorrido por las páginas de *Signo de los tiempos* en relación con los medios, reitero que el tema de los medios es preocupación y parte fundamental de su quehacer, siempre insertado en los parámetros de la dsc. La comunicación es vista, por la mayoría de los articulistas de *Signo de los tiempos*, como un instrumento indispensable para llevar a los fieles hacia el pleno desarrollo de sus potencialidades humanas, pero siempre en el entendido de que el hombre es materia y espíritu. De ahí nace un “deber ser” de tipo teleológico de los comunicadores como una responsabilidad al servicio de la sociedad.

Por medio de los números de la revista es posible apreciar la transformación que la Iglesia tuvo en la manera de percibir y apropiarse de los medios, fundamentalmente en las últimas cinco décadas. Se puede evaluar, sin duda alguna, la transformación que han tenido las autoridades religiosas y sus propios comunicadores sobre estos instrumentos comunicativos. El paso de percibirlos como instrumentos de envilecimiento de las conciencias hacia la necesidad de utilizarlos como herramientas de evangelización son evidentes. En quienes se han preocupado por el estudio de estos instrumentos sociales también se percibe un cambio; los primeros análisis fueron realizados básicamente por miembros del clero, dando paso con el tiempo a la preocupación de los laicos en su análisis y uso; paso que ha sido paulatino y no sin dificultades. Interesante es la incorporación progresiva de los componentes humanos que participan en estos procesos. Emisores, receptores, censores, formadores, legisladores y los usuarios tienen participación en este complejo asunto, incluso la Iglesia va dando a cada uno de ellos peso específico de manera diferenciada y medida.

Sin embargo, no puede decirse que haya uniformidad en cuanto a la

apropiación de los medios en el ámbito de la Iglesia, entendida como el conjunto de fieles unidos por la misma fe. Si bien en la revista *Signo de los tiempos* los artículos muestran la postura tanto de su propio cuerpo eclesial como de sus seguidores laicos cercanos a su pensamiento, en la realidad podemos percibir innumerables formas en que miembros de la Iglesia católica, laicos y religiosos, se han apropiado de estas herramientas comunicativas para “evangelizar a su modo”. A pesar de sus esfuerzos, es evidente que se muestran todavía débiles, pues es claro que aún se carece de una estrategia fuerte y capaz para llegar a toda la grey, de manera diferenciada. Si bien la encuesta *Creer en México* que se realizó hace ya 10 años mostró el poco interés de los católicos mexicanos por los medios religiosos en la *web*, habría que ver hasta qué punto este interés ha crecido o no y cómo la Iglesia sigue enfrentando dicho reto.

REFERENCIAS

Abad S., Mario

1998 Tras las imágenes las conductas. *Signo de los tiempos*, xiv (80), mayo-junio: 5-6.

Aldama-Andrade, Abelardo

2002 Rating contra ética. *Signo de los tiempos*, xxv (197), diciembre: 6.

Álvarez, Gineth

2014 Usos y exposición a los medios de comunicación en la encuesta *Creer en México*. *Signo de los tiempos*, xxx, (251), junio: 2-5.

Arizmendi Esquivel, mons. Felipe

2008 El poder de la tv nos empobrece. *Signo de los tiempos*, xiv (175), marzo: 11.

Bernal Restrepo, Sergio

2013 El discernimiento evangélico de la realidad social. *Signo de los tiempos*, xxx (246), enero: 18.

Briseño Chávez, Pedro

1991 Los medios de comunicación social y la formación de la conciencia. *Signo de los tiempos*, vii, (39), julio-agosto: 35-36.

2002 ¿Por qué la censura? *Signo de los tiempos*, xviii (107), enero-febrero: 9.

Castellanos, José de Jesús

1997 ¿Ética en los medios?. *Signo de los tiempos*, xiii (72), marzo-abril: 7.

Castillo Mayagoitia, Karen

2022 Editorial. *Signo de los tiempos*, xxxvi (329), junio-julio: 1.

Catecismo de la Iglesia Católica

- 1979 La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina. *Catecismo de la Iglesia Católica*. Puebla de Los Ángeles, México.

Documento de Puebla

- 1979 La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina. *Documento de Puebla*. Puebla de Los Ángeles, México.

Francisco, P.

- 2013 *Exhortación apostólica Evangelii Gaudium, sobre el anuncio del Evangelio en el mundo actual*. Ciudad del Vaticano.

Guevara Lara, María Teresa

- 1998 En los medios: A favor de lo mejor. *Signo de los tiempos*, XIV (80), mayo-junio: 13-14.

Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana (IMDOSOC)

- 1983-2022 *Signo de los tiempos, Moral social para el mundo de hoy*. IMDOSOC. México.

Juan Pablo II, SS.

- 1981 *Carta encíclica, Laborem Exercens, sobre el trabajo*. Ciudad del Vaticano
 1987 *Carta Encíclica, Sollicitudo Rei Socialis al cumplirse el vigésimo aniversario de la Populorum Progressio*, Ciudad del Vaticano.
 1991 *Carta encíclica, Centesimus Annus, en el centenario de la Rerum Novarum*, Ciudad del Vaticano.

Latapí, Pablo

- 2001 Carta a un maestro. *Signo de los tiempos*, XVII (98), mayo-junio: 18.

López Félix, Juan Francisco

- 1991 Cultura y comunicación. *Signo de los tiempos*, VII (39), julio-agosto: 36.

Morales Gutiérrez, Verónica

- 2001 Qué dice la Iglesia de la evangelización mediante las nuevas tecnologías. *Signo de los tiempos*, XVII (96), enero-febrero: 21.
 2002 Qué dice la Iglesia de la comunicación, *Signo de los tiempos*, XIII (107), junio: 7.
 2014 Qué enseña el magisterio de la Iglesia sobre... los medios de comunicación. *Signo de los Tiempos*, xxx (251), junio: 17.

Pablo VI, SS.

- 1963 *Decreto, Inter Mirífica, sobre los medios de comunicación social*, Ciudad del Vaticano
 1971 *Carta apostólica, Octogesima Adveniens*. Ciudad del Vaticano.
 1971 *Instrucción pastoral, Communio et Progressio*. Ciudad del Vaticano.
 1975 *Exhortación apostólica Evangelii Nuntiandi, acerca de la evangelización en el mundo contemporáneo*. Ciudad del Vaticano.

Páramo, José Alfredo

2002 Urge defender la verdad contra la mentira. *Signo de los tiempos*, XVIII (107), junio: 5.

Pérez Valera, Víctor Manuel

2011 Valores y religión en Internet. *Signo de los tiempos*, XXVII (215), junio: 1.

Pío XI, SS.

1929 *Carta encíclica Divini Illius Magistri, sobre la educación cristiana de la juventud*. Ciudad del Vaticano.

1936 *Carta encíclica Vigilanti Cura*. Ciudad del Vaticano.

Pío XII, SS.

1957 *Carta encíclica, Miranda Prorsus, sobre el cine, la radio y la televisión*. Ciudad del Vaticano.

Pontificio Consejo Justicia y Paz

2015 *Compendio de la Doctrina social de la Iglesia*. Pontificio Consejo Justicia y Paz, Ciudad del Vaticano. Libreria Editrice. Vaticano.

Prieto, Francisco

1998 Los medios modernos de comunicación. *Signo de los tiempos*, XIV (80) mayo-junio: 10.

2002 Elegir es renunciar. *Signo de los tiempos*, XVIII (111), octubre: 13-14.

Sánchez, Ma. Belén, HSP.

1999 Medios de comunicación social, medios religiosos. *Signo de los tiempos*, VI (34), septiembre-octubre: 34-36.

Signo de los tiempos

1994 ¿Qué futuro? *Signo de los tiempos*, X (58), septiembre-octubre: 2-3.

1997 Editorial Un grave daño. *Signo de los tiempos*, XIII (72), enero-febrero: 3.

1998 Ética y medios. *Signo de los tiempos*, XIV (80), mayo-junio, Editorial: 3.

Sobrino, Miguel Ángel

1997 Los medios de comunicación social en el Magisterio Eclesiástico. *Signo de los tiempos*, XIII (72), enero-febrero: 8-9.

Soriano Núñez, Rodolfo

2001 Una explosión: cada día más y más Internet. *Signo de los tiempos*, XVII (96), enero febrero: 17.

2002 Medios en la mira. *Signo de los tiempos*, XVIII (107), junio: 7.

Tavares de Barros, José

2001 Programas que dejen buen sabor. *Signo de los tiempos*, XVII (101), noviembre-diciembre: 8-9.

Terol, Alejandro

2001 Nuestra Iglesia también navega. *Signo de los tiempos*, XVII (96), enero-febrero: 20-21.

Torres León, Jesús Arturo

2001 Comunión en los nuevos areópagos. *Signo de los tiempos*, xvii (96), enero-febrero: 22.

2006 Unidad no es uniformidad. *Signo de los tiempos*, xxii (153), abril: 7.

Turcotte, Maurice Claude y Jean Claude Turcotte

1993 Derechos y deberes de los difusores. *Signo de los tiempos*, ix (50), mayo-junio: 21.

