

Pastoral

SIMBOLOS, COMUNICACION Y COMUNION

Un problema pastoral-

*Hernando Muñoz, S.J.**

1. UN DIOS QUE SE COMUNICA

Desde el comienzo de la historia humana el hombre ha sido un ser que se interroga, que trata de explicarse ("descodificar") la realidad que le circunda, comenzando por sí mismo.

El hombre primitivo (y "primitivos" son los hombres aun en los más avanzados estadios científicos) entiende el mundo circundante y su propia experiencia existencial como una respuesta a sus fundamentales preguntas por el origen de los seres, por el sentido del mundo, por sí mismo, de su acción.

Trata, entonces, el hombre de percibir la realidad como símbolos cuyo significado hay que leer, hay que interpretar, hay que escuchar. Por diferencia al "científico", el hombre "primitivo" no percibe la realidad como simple realidad escueta, sino como lenguaje de otras realidades, como símbolos que se refieren a otras dimensiones no captables de una manera directa

La realidad es para él un gran código y tiene un aspecto sacramental. Desde las épocas más remotas se ha notado en el hombre lo que Cuenot ha llamado la "inquietud metafísica" (1). Es una inquietud que busca una explicación más profunda de las cosas y de las propias experiencias.

Una naturaleza imponente, desafía y parece aplastar al hombre. A ella se une la experiencia de la muerte que hace sentir al primitivo su impotencia. Este sentimiento lo lleva a pensar en alguien o en algo que está por encima de él. Surgen las primeras descodificaciones para una teología natural.

La vida o la muerte de los recolectores o cazadores depende de la caza, de la pesca, de los frutos que encuentran en su camino. Y "acaso de esa ineluctable necesidad fue de donde nació el imperativo de recurrir a un poder superior, el mismo que, a su antojo, hacía suceder las estaciones, crecer súbitamente las aguas del arroyo que se convertía como por ensalmo en torrente, encender en el cielo inmensos

* Licenciado en filosofía y teología, Profesor en el Instituto de Teología para Laicos, Universidad Javeriana, Bogotá.

(1) BERGOUNIOUX-GOETZ, "Religiones prehistóricas y primitivas", colección "Yo sé, yo creo" No. 140, Ed. Casal I Vall, España, 1960, pág. 41.

dardos de fuego que incendiaban el bosque, cubrir la tierra de un blanco manto de nieve que obligaba al hombre a refugiarse en sus abrigos donde sólo el fuego permitía subsistir" (2).

En esos tiempos "el hombre hubo de experimentar largamente su miseria. Inquieto ante el misterio de la muerte, como ante la precariedad de su propia existencia terrestre, encontraría en su inteligencia el medio de liberarse de su terror, de alcanzar seguridad material, confiándose a unas fuerzas sobrenaturales a las que invocaba después de haberlas materializado mediante la imagen" (3). A lo divino se mezcla lo mágico, lo fetichista. Toda la realidad aparece regida por la *moira*, el *fatum* o el destino. La posibilidad de llegar en las descodificaciones hasta Dios, está mezclada con los peligros reales de convertirlo en una simple proyección del hombre dominado y de su angustia, o en algo meteorológico y vinculado a la tentación de autodeificarse o manipular a la divinidad.

En las descodificaciones se mezcla la idea de Dios con elementos de magia, totemismo, fetichismo. Se confunde a Dios con las causas segundas. Sin embargo, hay algo positivo: el hombre va descubriendo que hay otro en comunicación con él.

Los mitos técnicos muestran el deseo del hombre de hacerse como Dios, o al menos el deseo de apoderarse de algunos de sus dominios para beneficio de los hombres. En realidad, lo que hace el hombre es descubrir su propio poder pero, como cree que el dominio del fuego, por ejemplo, está reservado a la divinidad, se gloria de que él mismo haya podido controlarlo o producirlo.

En los pueblos nómadas el otro sujeto de comunicación aparece como "Alguien": "El Padre en lo alto", "El Señor del Cielo". Después, se hace meteorológico: El Trueno, el Tonante. Es alguien que

aparece como propietario del mundo y de los animales. En relación a él, el hombre se siente administrador.

La noción del propietario lleva a la noción de un creador. No se trata de la creación partiendo de la nada. Es una concepción en la que influye bastante el ambiente sociocultural: "un propietario de todo lo que el hombre no ha hecho se manifiesta a través de la actividad toda del hombre en ese mundo que todavía no lleva la marca del hombre. Según la concepción primitiva de la propiedad ese propietario no puede ser otro que el fabricante. Al reflexionar sobre esta conexión lógica y experimental sobre el carácter infalible de la intervención de la conciencia, se llega a la imagen de una fabricación que no debe absolutamente nada a nadie y que no depende de nada ni de nadie" (4).

El atributo principal de Dios, para ellos, es del de dominador de la vida. Se llega a dar tanta importancia a la misma vida que, ya en las culturas agrarias, se la absolutiza y diviniza.

Cuando la especialización de un pueblo se hace más explícita, se hacen más notorias las variaciones en la concepción de Dios. En los pueblos recolectores, sin técnicas especiales para la pesca, la caza o la recolección de frutos, la idea de Dios es más simple: El Señor del cielo. Lo único que los acompaña en cada sitio es el cielo...

Pero, los pueblos cazadores, con su especialización, pasan a concebir a Dios como el Señor de los animales. El es dueño de los animales que el hombre caza. Impone determinadas normas de conducta. Es necesario rendirle un culto determinado. El cazador debe, si no quiere enemistarse con él, observar "la ética del cazador: no matar sin necesidad, no despilfarrar la carne y generalmente conservar intactos los huesos para que el Señor

(2) *Id. Ibid. Pág. 33.*

(3) *Id. Ibid. pág. 55.*

(4) *Id. Ibid. pág. 89.*

pueda reconstruírlos en provecho del cazador" (5).

Son frecuentes los monumentos formados por cráneos y otras clases de huesos animales. Pero queda una incógnita: se trata de ofrendas a la divinidad o simplemente de ritos mágicos? Cada caso supone una descodificación distinta y unas relaciones distintas con el otro sujeto de la comunicación.

Cuando los pueblos cazadores se convierten en pueblos pastores realizan un avance: ya no es tan urgente y necesario salir a buscar los animales. El cambio sociocultural y económico incide en la religión. El sedentarismo trae un cambio de concepción de Dios y de compromiso con él. Hay una especie de olvido de Dios. Es un Dios celeste pero más bien inactivo; el hombre como que no lo necesita. Es un Dios uranizado y ocioso.

En los pueblos agricultores, más sedentarizados, se ve la tendencia dualista: el dios de la montaña y la diosa del poblado. "Para el sedentario el mundo se divide automáticamente en dos zonas: una familiar, la aldea y los campos, y una zona desconocida, y por ende inquietante, el bosque y la montaña. Hallamos en efecto, entre plantadores bastante primitivos un 'Dios de la montaña' a menudo indentificado con el sol o concebido a la imitación del Señor de los animales (sin duda porque son antiguos cazadores). Este Señor del matorral es naturalmente enemigo de los plantadores, que tienen conciencia de violar su dominio y le ofrecen periódicamente, a cada roturación de terreno virgen, una propiciación. En el dominio familiar, en cambio, las fuerzas de la naturaleza colaboran con el hombre y son conocidas: estos mismos grupos honran a la 'diosa del poblado' y de los campos o bien al grupo de los antepasados" (6).

La noción de Dios es todavía muy oscura y está unida a muchas desviaciones. Los brujos y las brujas, los hechizos y los maleficios se mezclan con lo que se orienta hacia la divinidad.

De "un mundo en el cual el concepto no se separa de la afectividad y de la experiencia concreta, pero que ya contiene en estado subliminal todo lo que la evolución del espíritu humano irá diferenciando" (7), pasa el hombre a un pensar lógicamente organizado y, por consiguiente, más científico. El paso se nota mejor en los filósofos griegos. Hay más elementos de crisis, cambian los puntos de vista acerca de la divinidad y se llega hasta la impiedad verdadera o aparente de algunos filósofos. Por lo menos se critica y se hace oposición a lo que se dice sobre las divinidades. Jenófanes, por ejemplo, ataca la pluralidad de los dioses, afirma un solo principio que es uno y todo, el más poderoso de todos, inengendrado y eterno. Sostiene que lo que conviene a los dioses no es lo que conviene a los hombres. Se opone a todo antropomorfismo (8).

Los tiempos son muy distintos. Los cambios socioculturales y económicos y los adelantos técnicos y científicos hacen que los hombres se sientan más seguros de sí mismos. No hay por qué preocuparse como hacían los primitivos, por una búsqueda angustiosa de la propia subsistencia.

Ya se adquieren con facilidad los medios necesarios para vivir; se hace trabajar a los esclavos, y los libres se dedican a pensar. Así, llegan a enfrentarse a la idea de un dios-abastecedor o un dios-granero. En la realidad de un mundo de comunicación ha cambiado el sujeto descodificador, receptor del mensaje y ha cambiado el ambiente que influye en la descodi-

(5) *Id. Ibid.* pág. 95.

(6) *Id. Ibid.* pág. 104.

(7) *Id. Ibid.* pág. 7.

(8) MONDOLFO RODOLFO, "El pensamiento antiguo". Vol. I, 5a. ed., Losada Buenos Aires, 1964, pág. 76.

ficación. La realidad de Dios permanece la misma, pero los cambios en el resto de la realidad permiten interpretar su mensaje de una manera distinta.

Unos dioses a imagen y semejanza del hombre, que más que un modelo son una disculpa para obrar de cualquier manera, no pueden satisfacer a quienes buscan la verdad. Cuando un filósofo ve la necesidad de afirmar un único ser supremo, se desentiende de los demás dioses. Vienen entonces, las acusaciones de impiedad.

Sócrates bebe la cicuta por "impío". Aristóteles se retira de Atenas para no ser enjuiciado y castigado por la misma causa. En el fondo, los acusadores los persiguen principalmente por motivos políticos, pero la acusación de mayor resonancia y aceptación popular es la de impiedad. El pueblo, viendo el proceder y las afirmaciones de ellos sobre los dioses, concluye que son impíos y los rechaza como un peligro público, como corruptores.

2. DIOS MISMO DESCODIFICA

Dios ha manifestado a los hombres lo que de El se puede conocer, "porque lo invisible de Dios, desde la creación del mundo, se deja ver a la inteligencia a través de sus obras: su poder eterno y su divinidad" (9). Pero los hombres no descodifican correctamente, "porque habiendo conocido a Dios, no lo glorificaron como a Dios ni le dieron gracias, antes, bien, se ofuscaron en vanos razonamientos y su insensato corazón se entenebreció: jactándose de sabios se volvieron estúpidos, y cambiaron la gloria del Dios incorruptible por una representación en forma de hombre corruptible, de aves, de cuadrúpedos, de reptiles" (10).

A pesar de los errores de descodificación, Dios no corta la comunicación. Más bien, viene en ayuda del sujeto descodificador. La teología natural con sus cami-

nos de descodificación con base físico-biótica o antrópica es purificada y superada. Dios empieza a manifestarse libremente por sí mismo y con términos más claros. Para ello escoge un pueblo, al que va constituyendo como tal por medio de su palabra.

Con la revelación gratuita de Dios, la imagen de la divinidad y la cosmovisión predominantes empiezan a cambiar. Dios ya no es el ser dominable por medios mágicos, no depende de la fatalidad ni de la moira, ni de la voluntad manipuladora del hombre. Es el totalmente otro, que está por encima de todos y de todo. No es un ser sobornable, hecho a imagen y semejanza de los defectos humanos. No depende de la naturaleza porque es el creador de ella. No es el mecanismo de defensa de los poderosos ni la justificación de su proceder. Es un Dios inquietante.

La teología de la palabra tiene aquí un puesto de importancia. Dios mismo, por su palabra va descifrando para los hombres el sentido de todos los códigos.

Cuando llega la plenitud de los tiempos, LA PALABRA DE DIOS se hace hombre y se hace visible, convive con los hombres, realiza su pascua y funda la Iglesia. Los himnos cristológicos de Pablo, por ejemplo, dan el sentido profundo de todas las cosas en esa realidad de comunicación en el amor.

La revelación gratuita de Dios muestra la realidad más profunda de la comunicación. Dios mismo, uno y trino, es comunicación en el amor. Es comunicación en sí y hacia afuera. Dios es el emisor en esa realidad de comunicación. Pero es emisor de una manera radical porque es el creador del hombre como sujeto de comunicación, es su soporte óntico y ontológico. El tiene la iniciativa, crea los códigos y ayuda a la descodificación.

La comunicación realizada por Dios es, además, una comunicación que no se que-

(9) SAN PABLO, Romanos 1,20.

(10) Id. *Ibid.* 1, 21-23.

da en el plano de los conceptos abstractos y del verbalismo. Es activa y dinámica. Es comunicación que crea, da vida, llama, perdona, redime. Es comunicación de ser y de vida en el amor. Es comunión.

La comunión a la que Dios invita al hombre es tan plena que llega hasta insertar al hombre en la familia trinitaria en calidad de hijo adoptivo, que puede exclamar con confianza y sin temor Abbá, Padre, que como hijo es hermano de Cristo y coheredero, llamado a comprometerse y a caminar con El, a luchar con El por el reino y a compartir con El la glorificación.

En esta realidad de comunión hay una relación muy especial entre el medio simbolizador y la realidad simbolizada. El medio no es distinto del mensaje. El medio se identifica plena y absolutamente con el mensaje, coincide con él y es persona. Es Cristo en quien se cumple en plenitud aquello de que el medio es el mensaje. En El, Palabra viva de Dios, encarnado y nacido de María, y en el misterio de su vida, muerte y resurrección, se revela el amor y la salvación de Dios.

Con El, el Dios creador, providente y salvador, que había hablado a los patriarcas y profetas, se compromete de una manera radical con el hombre y con su historia.

La participación directa de Dios en la descodificación, dentro de una realidad de comunicación que es comunión, da también la imagen más profunda y más rica del hombre. El hombre no depende de la naturaleza en forma fatalística porque es imagen de Dios, porque puede amar, porque está creado para dominar la tierra y todo lo que hay en ella. Ya no aparece como esclavo dominado por la moira, el destino, la fatalidad o los privilegiados. Es libre, dominador, responsable de su vida y de la historia. Está llamado a la comunión plena con Dios y con los demás. Esta comunión se inicia en el tiempo y en el espacio, desde un aquí y un ahora y se proyecta hacia la escatología. Es una comunión que lo inserta, mediante el bau-

tismo, en la realidad de Cristo, en el misterio de su muerte y resurrección, lo que implica la muerte del "hombre viejo" y la resurrección a una vida en El y con El en el Espíritu. Es una comunión que, en la confirmación, inserta con mayor fuerza en la misión de Cristo y de su Iglesia. Inserto en la vida de la Iglesia, participa el cristiano de una vida de comunión en el amor y en el servicio, con la misión de ser luz del mundo y sal de la tierra y de caminar hacia la propia plenitud y colaborar a la plenitud de los demás. En esta misión, a ejemplo de Cristo, se participa en la proclamación al mundo de la Gran Alegría, el Evangelio, y en la búsqueda de la unidad de todos los hombres como hijos de Dios.

3. UNA INQUIETUD PASTORAL

La visión hasta aquí presentada, al insistir en la comunicación y comunión, insiste también, desde el comienzo, en la llegada del mensaje hasta sus destinatarios. Desde esta perspectiva, la pastoral se ve no como el final de un proceso de reflexión científica sobre la fe, sino como algo que está integrado, imprescindiblemente, desde el principio, a la misma reflexión teológica y a la búsqueda de una mejor comprensión de la fe y de una mejor vivencia de la misma. ¿La teología pastoral no tendría que enfocar entonces sus baterías hacia todo el campo teológico como realidad de comunicación o comunión, en la que cuenta cada uno de los elementos que entran en el proceso, y en la que los sujetos de esa comunión tienen la parte más importante? ¿No sería toda la teología una reflexión sobre Dios que se comunica y para ello tiene en cuenta desde el comienzo al sujeto receptor? ¿No sería toda la teología una teología pastoral? Sería quizá una reflexión científica sobre la misión comunicadora de la Palabra y su encarnación como máximo momento de plastificación del mensaje.

Teología de la Palabra, teología de la misión, teología de la encarnación y su dimensión de compromiso, teología sacramental entrarían quizá más de lleno

en el campo de reflexión pastoral. La parte kerigmática, la proclamación catequética y las técnicas apropiadas para hacerla, quedarían más integradas en el todo de la teología como ciencia, relacionadas con las otras partes de una manera más estructural. Esto permitiría ver más a la pastoral como parte integrante de la ciencia teológica y no como aplicación de ella.

La mayor integración de la pastoral dentro del todo teológico permitiría una mayor unidad interna y una vinculación más estrecha entre la teología y las realizaciones concretas. Habría menos riesgo de grandes avances teóricos, minoritarios, desligados de la fe profunda pero poco instruida de la mayoría del pueblo de Dios.

Más integrada la pastoral con toda la teología, habría posibilidad de mayor coherencia del pensamiento con la vida, tanto en el plano individual como en el plano comunitario de la Iglesia. Tal vez se evitaría exagerar de parte y parte o distorsionar el mensaje. Además, los académicos podrían compartir más con el pueblo de Dios los logros obtenidos, y los mismos aportes prácticos del pueblo de Dios dinamizarían positivamente el avance académico. Por último, se podría ver mejor la conjunción de los diferentes niveles de inserción. El hombre, inserto en un mundo de comunicación, que desde una perspectiva cristiana es un mundo de comunión, el cristiano con su inserción trinitaria, crística y eclesial, está inserto en una realidad histórica y cambiante de la que participa la misma Iglesia como encarnada en un aquí y ahora, que influye en el mundo y es influida por él y que comparte con él sus gozos y esperanzas, sus alegrías y tristezas.

Hasta aquí hemos mirado más a la inserción del hombre en la vida de comunión ofrecida por Dios. A continuación, y como complemento indispensable, haremos algunas reflexiones sobre la inserción de ese mismo hombre en la realidad humana de comunicación. Estableceremos tres niveles: Inserción en general en

la comunidad humana, inserción en la comunidad humana actual, e inserción en la Iglesia actual influida por las condiciones presentes de comunicación.

4. INSERCIÓN DEL HOMBRE EN LA COMUNIDAD HUMANA

Desde el momento en que un nuevo hombre se hace presente en la comunidad humana, establece con esa comunidad una comunicación profunda. Su ser simbólico se autoexpresa y se expresa para los demás.

Su cuerpo, en primer lugar, como símbolo de sí mismo, lo presenta sin palabras a la comunidad de los hombres. Por las características de su cuerpo la comunidad humana lo reconoce como hombre y no como simple animal. Su cuerpo es un código que dice: yo soy hombre, soy humano. La comunidad humana lo recibe como uno de los suyos y continúa con él en comunión. Esta comunión puede ser cada vez más rica, puede ser endeble o puede ser frustrada.

Las circunstancias personales, familiares, sociales y económicas y el ambiente general pueden hacer que el nuevo hombre transite por el mundo hacia un mayor ejercicio de su libertad, de su humanidad, pero también pueden recortar su ejercicio y reducirlo a condiciones inhumanas, o pueden cortar el proceso con una muerte natural o provocada. En el caso de la muerte, la plenitud hacia la que caminaba el individuo puede verse realizada en un nivel de trascendencia y escatología.

El individuo que continúa vivo, se inserta, cada vez más, en el mundo de la comunicación. Su cuerpo, sus gestos, sus palabras y utensilios manifiestan más la profundidad de su ser y le permiten un mayor intercambio y una mayor interacción. Por esta interacción será constantemente emisor y receptor de amor, aceptación, importancia, odio o deseos de destrucción. Si la comunión se establece a nivel de cosas podrá dar o recibir. A nivel personal tendrá que conjugar la captati-

dad y la oblatividad, aprender a dar algo de sí mismo y aprender a recibir de los demás. En último grado aprenderá a entregarse a sí mismo por amor.

5. INSERCIÓN EN LA ACTUAL COMUNIDAD DE COMUNICACION

El hombre moderno conoce mucho sobre la realidad de la comunicación y la aprovecha, aunque no siempre para una mayor comunión y beneficio de sus congéneres.

Los especialistas en comunicación aplican todos sus conocimientos para llevar el mensaje hasta los receptores no especialistas y que, por no ser especialistas, pueden encontrarse inermes ante el empuje de un mensaje. En este caso los comunicadores actúan como sujetos, mientras que los receptores, si en el mensaje hay una finalidad manipuladora, se reducen al nivel de cosas manejadas o de animales movidos por estímulos condicionantes.

Cuando sólo se recibe información sin posibilidad de verificación, cuando se utiliza la psicología de ventas o de propaganda, se puede recortar o empobrecer la realidad de la comunicación. Se puede ir contra los sujetos de la misma. Las posibilidades técnicas para anular a uno de los extremos de la comunicación son enormes. Se cuenta hasta con la propaganda subliminal que, al menos en teoría, puede convertir a los sujetos en autómatas que cumplen sin libertad las órdenes impartidas. Cuando se busca que el receptor, aunque no lo necesite para su mayor realización, obre, compre, imite o haga la voluntad de quienes tienen en sus manos los medios de comunicación, se ataca el fundamento mismo teológico y antropológico de la comunicación. El caso es más grave cuando los ideales y patrones de conducta se apoyan en unos valores que fomentan o defienden la injusticia y cierran las puertas a la trascendencia o niegan, por lo mismo, la comunicación a mayores profundidades.

Si el consumo cada vez mayor es el objetivo principal, los elementos de la comunicación se utilizan para:

Ampliar la sintonía, circulación y difusión.

Aumentar el campo de influjo.

Aumentar el número de consumidores de ideas o cosas (mayor inserción cuantitativa en el mundo de consumo).

Evitar las distorsiones y fracasos que llevarían a confundir un grupo de productos con otros que están en el mercado y en la competencia. O al contrario, crear confusión (por ejemplo, con nombres bien parecidos), para promocionar un producto nuevo o inferior, aprovechando la fama de otros.

Contrarrestar y superar la competencia de los otros.

Aumentar el provecho y ganancias de quienes pagan la propaganda.

En un mundo así se sacrifican el diálogo y la interacción en la comunicación. El receptor permanece pasivo y dominado. Si se acude a él por alguna forma de consulta es para buscar la posibilidad de crearle nuevas necesidades, o para evitar que los fines de consumo vayan a frustrarse. Si el proceso va bien, se mantiene o se refuerza. Si va mal se corrige. Pero no se busca una mayor humanización ni comunión.

Cuando un mensaje se lanza al mercado, hay que hacerlo tan llamativo que resista la competencia de las otras propagandas. Si los mensajes competidores están en la prensa, cine, radio, televisión, vallas callejeras, allí tiene que hacerse presente el nuevo mensaje.

Para que aumente la demanda se busca que la nueva oferta sea más fuerte que las otras. Se exagera entonces la bondad del producto y su calidad de indispensable para la vida y la felicidad. Los receptores de la comunicación quedan inmersos en el mar de los "slogans" que, muchas veces, son hipócritas y mentirosos.

Una norma importante es no esperar que aparezcan los consumidores, hay que crearlos, hay que ir hacia ellos, hay que llegar hasta los posibles clientes y promocionar los productos. Hay que forzar la libertad.

6. INSERCIÓN ECLESIAL DENTRO DE LOS ACTUALES CONDICIONAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

El Concilio Vaticano II, el CELAM, la *Evangelii Nuntiandi*, diversos documentos episcopales, encuentros sobre religiosidad popular, insisten en la importancia de los medios de comunicación social para una evangelización a diferentes niveles (11).

La comunidad de los bautizados, insertos trinitaria, crística y eclesialmente en un mundo de comunicación y comunión en el amor no puede permanecer al margen de la comunicación. Pero, qué papel desempeña ante una inserción de comunicación propagandística, que dispone de técnicas tan refinadas para manipular y que, dadas sus características de funcionamiento y su manera de insertar a los clientes en un mundo de consumo, se puede ver como una forma de violencia sutil y especializada? Se debe aceptar esa realidad? Se la debe aceptar con resignación? Se debe luchar contra ella para cambiarla y hacerla más coherente con las demás inserciones del cristiano?

Dentro de los actuales condicionamientos estructurales de comunicación, cuál es la situación del mensaje cristiano? Está presente en el medio? Qué libertad tiene dentro de ese medio? Cuál es su impacto? Es llamativo? Es una invitación a la libertad y al crecimiento humano? Es un producto más que se ofrece en el mercado? Hay que presentarlo desde un punto de vista propagandístico en el que la bondad real queda muchas veces oculta o exagerada o deformada por los objetivos de consumo? No está sujeto, también, a interferencias y distorsiones?

(11) Ver: *CONCILIO VATICANO II: Constitución Gaudium et Spes, Decreto Inter Mirifica: CELAM, "Iglesia y religiosidad popular en América Latina", Conclusiones, 1976. EPISCOPADO COLOMBIANO, "La Iglesia Ante el Cambio", 1969. PAULO VI, EVANGELII NUNTIANDI, 1975.*

(12) *CELAM, op. cit., pág. 480, No. 82.*

El ambiente puede distorsionar un mensaje a pesar de las intenciones de quien lo da. Cuando un payaso sale asustado y grita "fuego", la gente se ríe, aunque se trate de un incendio real en el interior del circo. Qué efecto produce la sola proclamación verbal del mensaje cristiano en un ambiente que lo contradice?

Para mantenerse en ciertos medios hay que disponer de fuertes sumas de dinero o de grandes aliados... indica esto que en alguna forma hay que capitalizar al Evangelio? Si se acude a la ayuda de patrocinadores o protectores, hay que condicionar la libertad del Evangelio a la voluntad de ellos?

Aunque los medios de comunicación se popularizan cada día más, son muchas las personas que no tienen aún el acceso a ellos. Estos marginados de los medios modernos quedarían también al margen del Evangelio? A este respecto hay intentos, muy loables, para llegar a todos por medio de sistemas móviles.

Es difícil responder en teoría a los interrogantes planteados. En cada caso concreto las circunstancias implican variaciones del problema que piden variaciones en el tratamiento del mismo y en la búsqueda de soluciones. En América Latina, por ejemplo, se está buscando una mejor comprensión de la religiosidad popular con todos sus valores y sin desconocer las fallas. Se está buscando una religiosidad que será auténtica "en tanto que en ella, al encontrarse el hombre con Dios, nuestro Padre, quede favorecido el dominio efectivo del mundo en la colaboración con el Creador (contra la magia); se realice la libertad humana, (contra el fatalismo); y se efectúe el compromiso en el servicio de los hermanos (contra la opresión" (12).

En este mismo terreno de la religiosidad popular se reconoce que "los medios de Comunicación Social tienen una gravitación inmensa en la transmisión de valo-

res y de modelos de comportamientos. Una estrategia de la Religiosidad Popular no puede prescindir de este hecho. Es por eso, necesario que la Iglesia ayude a crear una nueva mentalidad en los comunicadores sociales acerca de la cultura popular latinoamericana y en concreto de la religiosidad del pueblo.

Además, se deberá tener un especial empeño por atender adecuadamente a la comunicación social en lo que se refiere a fiestas religiosas, santuarios y devociones. En ocasiones una inteligente atención a los medios de comunicación social permitirá que una fiesta o una convocación eclesial tengan un eco muy amplio en la opinión pública y de este modo llega a ser también un instrumento de evangelización multitudinaria del pueblo" (13).

Al terminar, podemos decir que, dada la realidad de comunicación en la que está inserta la Iglesia, es indispensable acudir a todos los medios de comunicación para la proclamación del Evangelio. Pero, teniendo en cuenta los condicionamientos que hay en ciertos medios esa presencia no puede ser presencia ingenua.

7. CONCLUSION

Si "el sacramento no se concibe ya como un 'momento' de la fe o de la gracia -NECESARIAMENTE DIVIDIDOS Y APARTADOS DE LA VIDA REAL- sino como expresiones de la propia concepción del mundo: de su origen y finalidad; de la concepción del hombre; del destino de los bienes; de la fraternidad; de la esperanza, de la actividad humana en el mundo" (14), la inserción eclesial dentro

de los actuales condicionamientos de comunicación pide unos símbolos de comunicación tales, que fácilmente descodificables por el hombre popular, instauren el proceso del compromiso bautismal con todas sus implicaciones.

Si "la persona misma del cristiano, que es como el sacramento y visualización de la presencia de Dios en el mundo, es ya de por sí una crítica profética a la sociedad para que instaure elementos de vida más humana y por ende más acordes con los principios cristianos" (14), ante los actuales condicionamientos de comunicación, el bautizado debe manifestarse como alguien que no está simplemente destinado a insertarse en el mundo del consumo, que es hijo de Dios, dominador de la creación y no un simple objeto manipulable por la propaganda.

El cristiano inserto por el bautismo en la familia trinitaria, en Cristo y en la Iglesia, debe buscar una inserción en la sociedad que no contradiga su ser de cristiano ni ponga como fundamentales ciertos valores deshumanizantes. Debe buscar la coherencia de todas sus inserciones y no una simple yuxtaposición de ellas. Si la inserción en el mundo actual tiene elementos que contradicen las otras inserciones, hay que cambiar esos elementos. Toda su vida, si es coherente, será un código que manifestará a los demás la única realidad de un hombre que, gracias al amor de Dios ha recibido la filiación y la comunión con El y que, por tener el mismo destino para compartirlo con los demás hombres, proclama a todos la fraternidad de los hijos de Dios y colabora a la realización de esa fraternidad en el compromiso con sus hermanos.

BIBLIOGRAFIA

1. BERGOUNIOX-GOETZ, "Religiones prehistóricas y primitivas". Colección "Yo sé, yo creo", No. 140. Ed. Casal I Vall, España, 1960.
2. CELAM, "Iglesia y religiosidad popular en América Latina". Encuentro Interdepartamental sobre religiosidad popular. Bogotá 22-28 de Agosto de 1976. Conclusiones. Documento No. 28.

(13) Id. *Ibid.* págs. 495-496, No. 188.

(14) PARRA, Alberto, S. I., *Curso de Sacramentos, mimeografiado, 1974, U. Javeriana, pág. 6.*

3. **CONCILIO VATICANO II**, "Constitución sobre la Iglesia en el Mundo Actual", "Gaudium et Spes". "Decreto sobre los medios de comunicación social", "Inter mirifica".
4. **EPISCOPADO COLOMBIANO**, XXV Reunión Plenaria, "La Iglesia ante el cambio", edición oficial del secretariado permanente del Episcopado, Bogotá, 1969.
5. **MONDOLFO**, Rodolfo. "El pensamiento Antiguo", Vol. I, 5a. ed., Losada, Buenos Aires, 1964.
6. **PAULO VI**. Exhortación apostólica sobre "La Evangelización del mundo contemporáneo", "Evangelii Nuntiandi", diciembre de 1975.
7. **PARRA**, Alberto, S.I. Curso de Sacramentos, 1974, mimeografiado, U. Javeriana.