



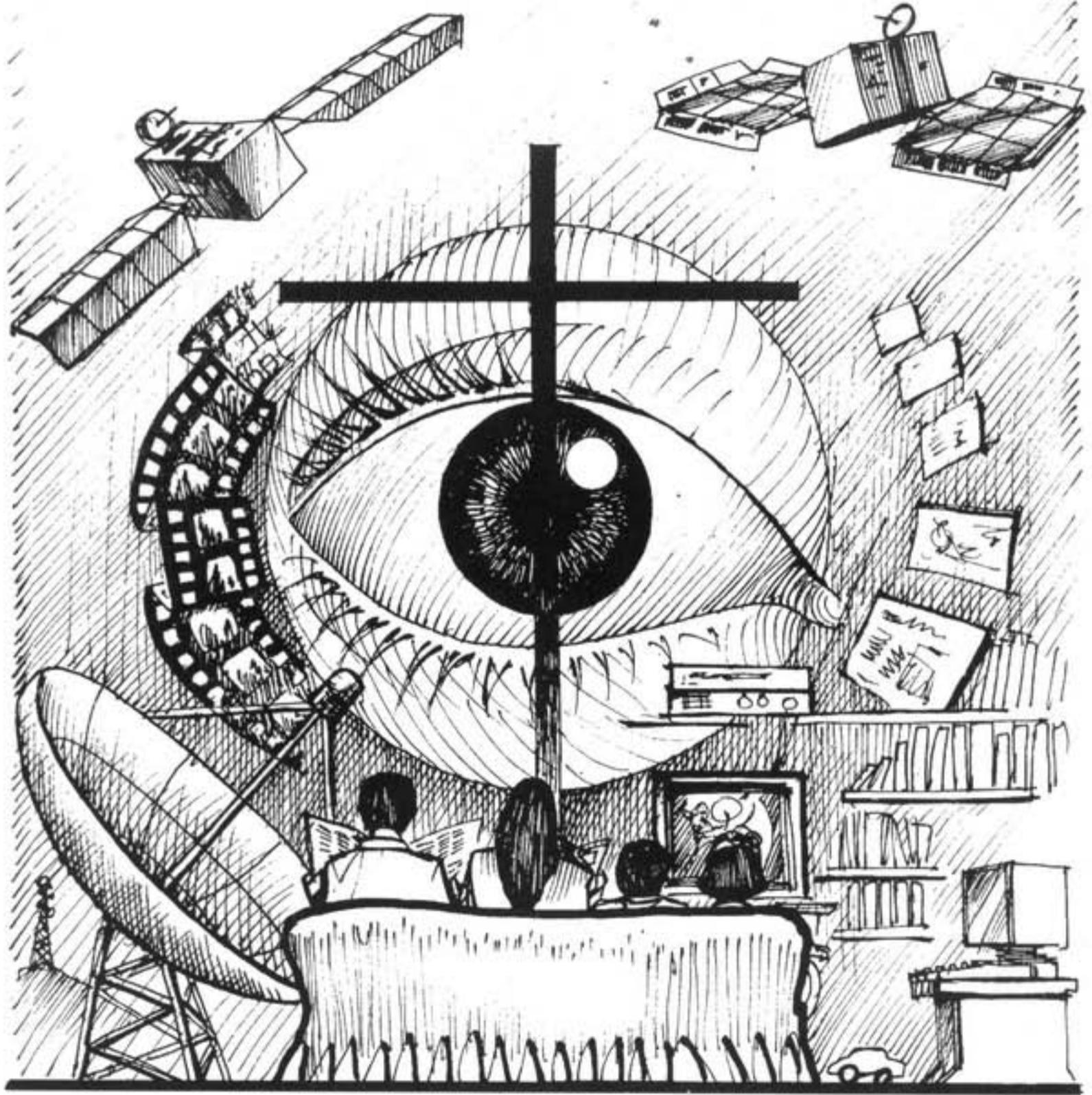
BOLETIN DE PASTORAL

San Juan de los Lagos, Jal.

Mayo de 1996

Nº 166

M.C.S.



Instrumentos del apóstol



SUMARIO:

Presentación..... 1

I. PASTORAL DE COMUNICACION

Los M.C.S. en la diócesis..... 2

Los M.C.S. en los documentos de la Iglesia..... 8

**Los M.C.S. y su incidencia
en comportamientos agresivos..... 11**

El Agente de Pastoral en los M.C.S. 13

Algunas herramientas para Pastoral de Comunicación

Oficinas de comunicación 15

Foro crítico 16

II. EL PODER DE LA TELEVISION

Hablemos acerca de la T.V. 17

T.V. y familia: criterios para saber mirar 19

Historia de la T.V. 21

Audiovisuales y evangelización 24

T.V., medio de educación 33

La Misa por T.V.

Orientaciones de Guadalajara..... 38

Experiencia de Lagos 44

III. TALLERES DE M.C.S.

Experiencia de Tepatitlán y Capilla de Gpe.

Subsidios para un taller..... 46

IV. DOCUMENTOS

Mensaje del Papa Juan Pablo II..... 48

Mensaje de nuestro Obispo (martes santo)..... 52

Cumpleaños y Aniversarios de ordenación 55

Agenda de Mayo Contraportada

Responsable:
Equipo diocesano de Medios de Comunicación Social
San Juan de los Lagos

PRESENTACION

*La televisión sería
el más fabuloso aparato
de comunicación,
si supiera no sólo transmitir,
sino también recibir.
(Bertolt Brecht).*



n este siglo XX el hombre ha descubierto las maravillosas fuerzas que Dios puso en la naturaleza, reabasteciendo con ello su sentimiento hacia la vida terrena y elevando su confianza en las conquistas de la ciencia.

Estos descubrimientos, al utilizarlos de manera consciente y responsable, glorifican a Dios y cumplen una función importante tanto a nivel personal como social, trayendo alivio y beneficio a muchas miserias y hasta salvando vidas humanas.

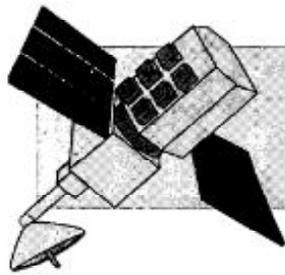
Esto vale de manera especial para los medios masivos de comunicación social, los cuales favorecen una mayor y más rápida comunicación entre los hombres y los pueblos.

Sin embargo, donde los hombres actúan, siempre está presente la posibilidad del abuso de las cosas que Dios puso a su disposición.

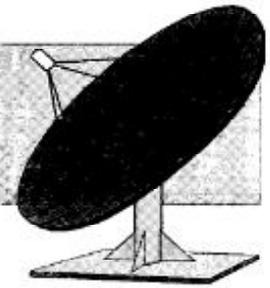
No es en los aspectos de cantidad donde presenta sus mayores retos, sino en los de la calidad.

Los Medios de Comunicación Social moldean la inteligencia y el carácter mucho más que la educación escolar.

De ahí la importancia de que los agentes de pastoral, comprometidos con el Evangelio, los sepamos utilizar para formar y educar a nuestras comunidades y sean así, el instrumento moderno del actual apóstol.



LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL EN LA DIOCESIS



La diócesis de San Juan de los Lagos, Jal., comienza a caminar como tal en 1972, pero es en 1985, cuando se cristaliza el proceso de pastoral en el primer PLAN DIOCESANO DE PASTORAL.

Intentaré dar una visión panorámica de la referencia que se hace de los Medios de Comunicación Social en nuestros planes de pastoral.

PRIMER PLAN DIOCESANO DE PASTORAL 1985 - 1988.

En este primer plan, se dedican 6 números para describir la situación de los Medios de Comunicación Social. (Nos. 163 -168). En este apartado se dice lo que hay de radio, televisión, publicaciones y cine; y los aspectos positivos y negativos de los MCS.

A lo largo del plan, hay algunas referencias de los MCS, por ejemplo: la influencia negativa en los jóvenes, (171 y 295); la escasa conciencia crítica ante la influencia de MCS. Sin embargo, la iluminación queda en otra esfera, y aunque en el diagnóstico se ve la necesidad de crear conciencia crítica ante los MCS, no se llega a concretar en programas. (Urgencia 12).

SEGUNDO PLAN DIOCESANO DE PASTORAL 1989 - 1995.

En este segundo plan, se da más importancia a los MCS.

En el marco social, se afirma categóricamente que hay crisis económica, política, ético-moral y cultural, y que nuestra vida cristiana se ve seriamente afectada porque por medio de los MCS se nos imponen «patrones culturales ajenos a nuestros criterios de conducta sociales» (No. 86).

En este documento se hace más extenso el marco de realidad, ya que se le dedican 7 números (178 al 184), ampliándose la visión de los aspectos tratados en el primer plan.

La novedad de este Plan, es que ya tiene un **Marco Doctrinal**, cristalizado en 6 números (713 al 718), y se incluye el Manual de Funciones del Equipo Diocesano de MCS. (Nos. 1098 -1099).

Pero la realidad es que aún no acaba de cuajar ni equipo ni funciones del equipo. Por tanto no hay programa Diocesano.

Sin embargo, brotan algunas inquietudes que se hacen realidad en algunas realizaciones como son: En el Seminario Diocesano, hay un esfuerzo serio por la formación de los Seminaristas en MCS., y testigos de ese esfuerzo son las revistas que editan: Fragua, Aleteia. También El Sembrador, de Pastoral Vocacional. Es bueno también resaltar, el enorme esfuerzo que supone la elaboración y distribución del Boletín de Pastoral, así sea sólo para los agentes de pastoral, sacerdotes y laicos. Es también encomiable la dedicación de algunas parroquias que comenzaron a editar algunos periódicos o revistas, que acompañan el proceso de pastoral y se envían a los ausentes.

Es a finales de este período, 1994-95, cuando se comienza a trabajar en un pequeño equipo que asume su responsabilidad en la elaboración del tercer plan de pastoral.

TERCER PLAN DE PASTORAL 1996 -2000.

Con las Asambleas Diocesanas de 1995, se comienza la elaboración del tercer plan, y desde el análisis de realidad, nos hemos sentido corresponsables elaborando un Marco de MCS. La iluminación se ha hecho en base a los documentos de la Iglesia sobre la materia, y poco a poco, no sin dificultades, se ha ido caminando bajo un programa específico.

Nuestro objetivo es: «**Acompañar, en comunión y participación, acciones, espacios y agentes en los Medios de Comunicación Social, impulsando la capacitación técnica y formando con-**

ciencia crítica, para rescatar y difundir los valores del Reino».

En nuestro III Plan Diocesano de Pastoral, se afirma que los MCS, son promotores de valores, y tenemos un Marco Referencial y un Marco Operativo específicos. Van del número 1267 a 1320, y a la letra dicen:

1267. Sumario:

A. MARCO REFERENCIAL

3.7.1 Marco de Realidad 1268

3.7.2 Marco Doctrinal 1286

3.7.3 Diagnóstico Pastoral 1298

B. MARCO OPERATIVO

3.7.4 Objetivo Pastoral 1314

3.7.5 Criterios de Acción 1315

3.7.6 Curso de Acción 1319

A. MARCO REFERENCIAL

3.7.1 MARCO DE REALIDAD

1268. Estamos inmersos como peces en el agua, en la influencia de los medios de comunicación social. Este bombardeo afecta nuestras formas de ser y de pensar, nuestros valores y comportamientos frente a Dios, los demás y el mundo, y aún frente a uno mismo.

1269. En la diócesis poco hacemos para formar actitudes críticas. Con un pequeño Equipo Diocesano de Medios de Comunicación Social, se está tratando de concientizar a sacerdotes y laicos en la gran responsabilidad que tenemos de conocerlos, usarlos y promoverlos con sabor a Evangelio, pues falta más creatividad y recursos para llegar a la base, con los medios ya existentes, o con nuevos.

1270. «Palabra», fue nuestra primera revista diocesana y se editaba bimensualmente. «**Fraternidad**» fue su nuevo nombre en 1977; «**Fraternitas**», se rebautizó, luego en ese mismo año. Se suspendió su publicación en Septiembre- Octubre de 1980.

1271. «Renacimiento», nace en octubre de 1980 y vive 3 años. Es la revista de la Acción Católica, y apoya el trabajo de dicha Asociación.

1272. El «Boletín Diocesano de Pastoral», nace en julio de 1982, con la finalidad principal de la animación pastoral, el acercamiento de agentes, como vehículo de intercambio de experiencias y medio privilegiado de información y formación

pastoral. En él se publican los materiales de trabajo y estudio para la pastoral de conjunto. Su forma actual es tamaño carta, su publicación mensual, su distribución gratuita a sacerdotes, religiosos y agentes laicos, su tiraje es de 4000 ejemplares.

1273. «Fragua» y «Aletheia», son las 2 revistas que edita el seminario. La Primera, para bienhechores, sobre la vida del seminario; y la segunda, con aportaciones de estudio sobre diversos temas, que editan los del Seminario Mayor, para Sacerdotes y Agentes de Pastoral

1274. «El Sembrador», nace del equipo de Pastoral Vocacional, desde 1986; su publicación es mensual, de apoyo a quienes tienen inquietudes vocacionales, con temas, noticias y motivación específica.

1275. «El Alteño», periódico semanal de Tepatitlán, ofreció la oportunidad de anexar un «**Suplemento Religioso**», y se hizo por un espacio de 2 años, de 1989 a 1991.

1276. Son varias las Parroquias, que tienen su propio medio de comunicación. Como San Francisco de Tepatitlán, con «**Vida Parroquial**»; Lagos de Moreno con «**Pepitas de Oro**»; Yahualica con «**Yahualica Comunicación Parroquial**» Sangre de Cristo en San Juan y San Sebastián con «**El Peregrino**»; San Juan Bautista en San Juan con «**El Día del Señor**»; San Julián con «**Vida Parroquial**»; San José de Gracia con «**San José**»; Ayotlán, Capilla de Guadalupe, y otras que van buscando caminos para comunicación interna y con ausentes

1277. En nuestra diócesis, encontramos buena penetración de revistas Misioneras, como «**Esquila Misional**» y «**Aguiluchos**» de los Padres Combonianos, y «**Almas**» de los Misioneros de Guadalupe. En algunas parroquias se reciben también la «**Hoja Parroquial**» de Guadalajara, y el «**Amiguito**»; «**L' Osservatore Romano**» es recibido por algunos sacerdotes y casas religiosas. En los hogares de varias Comunidades se recibe mensualmente el folleto de los «5 minutos».

1278. A nuestra región llegan Periódicos de México: Excelsior, La Jornada, Novedades, Esto, Uno más Uno; y de Guadalajara: El Occidental; El Informador; Siglo XXI y sobre todo Ocho Columnas, que es el que tiene más cobertura, pues está presente en casi todos los municipios de la región.

1279. De las estaciones de Radio que más auditorio tienen son: La Tapatía, Radio Red, el Canal 58 y La Consentida: Sonido 82 (Guadalajara), Estéreo Vida y LG. (León). Sin embargo son también escuchadas algunas estaciones de Aguascalientes. En la diócesis solo en Tepatitlán, San Juan de los Lagos, Lagos de Moreno y Atotonilco tienen radiodifusora.

1280. En cuanto a la TV, encontramos que son muy vistos los canales 2 5 13 de México y que los programas favoritos son: Las Novelas, las Caricaturas y programas como «Ocurrió Así» y «El y Ella». No queremos pasar por alto que en algunas ciudades ya funciona el Tele-Cable, ofreciendo una gama muy amplia de canales. En este medio se tiene ya la presencia de algunos sacerdotes en programas locales como Jalostotitlán, Arandas y San Juan de los Lagos.

1281. También constatamos que **existe un gran número de locales de renta de video**, los cuales han desplazado a la mayoría de los cines de cada comunidad.

1282. Percibimos que con este mar de ofertas en los diversos medios de comunicación social, se promueven el consumismo, la pornografía, la inmoralidad; se distorsiona la verdad y la enajenación, que provocan la desintegración familiar y la pérdida de valores; se incita a la violencia, a los vicios y a la explotación de la mujer; se influye en las conductas que cambian las costumbres y la cultura y quitan el tiempo que bien se podría ocupar en cosas más nobles y formativas.

1283. Sin embargo, no todo es negativo, ya que los medios de comunicación social, informan, divierten, recrean, promueven la educación, orientan, ayudan a formar conciencia de los problemas de nuestro mundo, transmiten cultura, nos comunican con el mundo, se transmiten eventos religiosos y en algunos lugares se aprovechan para evangelizar.

1284. Sentimos que muchas veces, al hablar de la influencia de los medios de comunicación social, nos hemos limitado sólo a denunciar sus aspectos negativos sin apreciar su virtuosidad, y a expresar buenos propósitos **sin llegar a concretizar un buen programa de trabajo pastoral** que aproveche sus posibilidades evangelizadoras y dé respuesta a las urgencias pastorales que plantea.

1285. Percibimos en la diócesis la inquietud de saber usar los medios de comunicación social, a nivel artesanal y tener una actitud crítica frente a los masivos, y por eso, poco a poco, en los decanatos hay talleres de Medios de Comunicación Social; en las parroquias se buscan pistas para formar la conciencia crítica; en el seminario se han incrementado las clases de Medios de Comunicación Social; en la diócesis hay un grupo de Sacerdotes y laicos que buscan capacitarse con cursos de Verano; además de celebrarse el día del Comunicador en fecha cercana al 15 de Mayo.

3.7.2 MARCO DOCTRINAL

- Jesucristo, el gran comunicador

1286. Creemos que Jesucristo es la suprema comunicación entre Dios y el hombre. El Dios trascendente a quien nadie había visto, en Cristo sale a nuestro encuentro y se comunica con nosotros para revelarnos el misterio de Dios y nuestro propio misterio. Cristo es, por lo mismo, el primer comunicador y el modelo de todo comunicador.

1287. Creemos que, en la intimidad de Dios, existe eternamente una comunicación interpersonal, y que el hombre, creado a imagen de Dios, está llamado a comunicarse con Dios y con los demás.

1288. Creemos que la Palabra de Dios, al hacerse hombre y entrar en la historia, inaugura un mundo de nuevos encuentros, intercambios, diálogo, comunicación y comunión.

- Evangelizar con los Medios de Comunicación Social

1289. La Iglesia Católica considera que forma parte de su misión, predicar a los hombres con ayuda de los medios de comunicación social, el mensaje de Salvación, y que debe sentirse culpable si no aprovecha y utiliza los Medios de Comunicación Social en su misión evangelizadora en el mundo contemporáneo.

1290. Reconocemos que los Medios de Comunicación Social son factores de comunión y contribuyen a la integración, así como la expansión y democratización de la cultura.

- Formación en los Medios de Comunicación Social

1291. Sentimos que la tarea de formación en el campo de la comunicación social es una acción

prioritaria, tanto en el sentido crítico de los medios masivos, como en los conocimientos teóricos y técnicos para su elaboración y uso en la pastoral de conjunto. Por tanto sentimos la urgencia de formar permanentemente en este campo a todos los agentes de pastoral: sacerdotes, seminaristas, religiosos, religiosas y laicos.

1292. Buscaremos la integración de equipos eclesiales de medios de comunicación social y los contactos necesarios con los profesionales de los medios para el intercambio de ideas y búsqueda conjunta de sugerencias prácticas en vistas a la evangelización con el respaldo de nuestros pastores.

- Nuestra actitud frente ante los Medios de Comunicación Social

1293. Debemos poner todo nuestro empeño para discernir y rechazar la manipulación que actualmente se hace de la comunicación, imponiendo una cultura de muerte, que estimula el hedonismo, el consumismo y atropello de nuestra cultura con sus grandes valores humanos y cristianos.

1294. Estaremos atentos para que la publicidad no introduzca en nuestra manera de ser, pensar y actuar, los ídolos falsos del tener, poder y placer y no nos dejemos engañar con falsas expectativas, necesidades ficticias, violencia, pornografía, que penetran agresivamente en el seno de las familias.

1295. Cumpliremos mejor nuestra misión si se integran los Medios de Comunicación Social con el fin de ampliar los contactos entre la Iglesia y el mundo y contribuir a la transformación de éste.

- Los Medios de Comunicación Social: una cita con Dios

1296. Mantenemos la convicción de que el uso de los Medios de Comunicación Social, son un medio casi sacramental de gracia y una cita importante en un camino espiritual hacia Dios.

1297. Tenemos siempre presente que los medios de comunicación social son sólo eso, medio, y que sin el contenido del Evangelio de Jesús y el testimonio de vida, su conocimiento y uso serían estéril.

3.7.3 DIAGNOSTICO PASTORAL

1298. Hecho Significativo 1: Se están usando algunos medios de comunicación social en nuestra

diócesis. **Indicadores:** Interés por evangelizar con estos medios de comunicación social; espacios en radio y TV. **Causas:** Interés por evangelizar con estos Medios de Comunicación Social; necesidad de comunicarse; facilidad de adquirir tecnología.

1299. Ideas Fuerza o Valores: La Iglesia debe predicar con la ayuda de los medios de comunicación social; Queremos integrar a los medios de comunicación social, para ampliar los contactos de la Iglesia con el mundo; Sin el contenido del Evangelio los Medios de Comunicación Social son estériles.

1300. Urgencias: Usar los medios existentes; utilizar los medios de comunicación social en la evangelización; promover y mejorar los Medios de Comunicación Social en las parroquias.

1301. Líneas de Acción: Tener en cuenta los medios de comunicación social en los medios de formación de agentes; tener intercambio de experiencias; constituir un Centro Diocesano de Comunicación Social.

1302. Hecho Significativo 2: Existe poco sentido crítico frente a los medios de comunicación social. **Indicadores:** Distorsión de la verdad; afectan nuestra forma de ser y de pensar; provocan pobreza, desintegración familiar, manipulación. **Causas:** Se piensa que son un pasatiempo; se ha hecho poco por parte de sacerdotes y laicos; intereses económicos y políticos.

1303. Ideas Fuerza o Valores: Urge discernir y rechazar la manipulación que se hace de la comunicación; Urge formar en los medios de comunicación social a los agentes de pastoral (sacerdotes, laicos, religiosos y seminaristas); Jesucristo modelo de toda auténtica comunicación.

1304. Urgencias: Formar conciencia crítica; uso formativo de los medios de comunicación social en la familia; criterios definidos de conductas

1305. Líneas de Acción: Organizar cursos y talleres sobre medios de comunicación social; realizar una campaña para depurar los medios de comunicación social; constituir un centro de comunicación Social a nivel diocesano.

1306. Hecho Significativo 3: Falta mayor presencia en los medios de comunicación social. **Indicadores:** No se valora el trabajo en medios de

comunicación social; no se ha dado a conocer el trabajo del equipo; se predica la verdad del Evangelio sin encarnarlo. **Causas:** No hay apoyo moral ni económico; no se ha entendido que ser comunicador es evangelizador; se ha hecho poco por parte de los sacerdotes y laicos

1307. Ideas Fuerza o Valores: La Iglesia debe predicar con la ayuda de los Medios de Comunicación Social; Debemos estar atentos a la voz de la Iglesia sobre Medios de Comunicación Social; Buscaremos integrar equipos eclesiales de Medios de Comunicación Social.

1308. Urgencias: Tener vocero y centro de medios de comunicación social; mejorar los medios existentes; que se tome como tarea necesaria

1309. Líneas de Acción: Formar en los medios de comunicación social a los agentes de pastoral; tener vocero y centro de medios de comunicación social; dar a conocer las funciones del Equipo Diocesano

1310. Hecho Significativo 4: Influencia negativa de los medios de comunicación social. **Indicadores:** Promueven el consumismo, la pornografía y la violencia; hay pérdida de valores; afectan nuestra forma de ser y de pensar. **Causas:** Nulo sentido crítico; los medios de comunicación social masivos usan técnicas sofisticadas para hacer atractivos ciertos programas; flojera en prepararse, cierta apatía.

1311. Ideas Fuerza o Valores: Urge discernir y rechazar la manipulación que se tiene de la comunicación; Urge una actitud crítica ante los medios de comunicación social para contrarrestar las necesidades ficticias, violencia y pornografía que penetra en los hogares; Sin el contenido del Evangelio los medios de comunicación social son estériles.

1312. Urgencias: Toma de conciencia del problema; promover la formación crítica de los agentes en medios de comunicación social; formación del equipo diocesano con representantes del nivel decanal.

1313. Líneas de Acción: Organizar equipos en todos los niveles; organizar cursos y talleres de medios de comunicación social; centro de comunicación diocesano.

B. MARCO OPERATIVO

3.7.4 OBJETIVO PASTORAL

1314. *Acompañar, en comunión y participación, acciones, espacios y agentes en los Medios de Comunicación Social, impulsando la capacitación técnica y formando conciencia crítica, para rescatar y difundir los valores del Reino.*

3.7.5 CRITERIOS DE ACCION

1315. 1. Evangelizar con los medios de comunicación social.

- 1.1 Aprovechando los espacios a nuestro alcance.
- 1.2 Sensibilizando en los valores.
- 1.3 Ofreciendo material evangelizador.

1316. 2. Formar conciencia crítica ante los medios de comunicación social.

- 2.1 Realizando cursos de análisis críticos.
- 2.2 Aprovechando grupos existentes.
- 2.3 Impulsando la realización de foros críticos.

1317. 3. Promover la capacitación de agentes

- 3.1 Aprovechando centros de formación de agentes.
- 3.2 Participando en cursos de verano.
- 3.3 Invitando peritos en la materia y apoyando a los que tienen aptitudes.

1318. 4. Ofrecer servicios al Consejo Diocesano.

- 4.1 Teniendo contactos con asesores.
- 4.2 Preparando en equipo según necesidades.
- 4.3 Ofreciendo materiales.

3.7.6 CURSO DE ACCION

1319. - Así estamos:

- 1) Tenemos un equipo inestable y poco conocido.
- 2) Hay poca formación de los agentes.
- 3) Hay pocos recursos y no hay centro diocesano de comunicación.
- 4) Se pide apoyo de diversos equipos diocesanos.

1320. - Así queremos estar:

- 1) Tenemos un equipo integrado y dinámico.
- 2) Hay programa de formación y agentes preparados.
- 3) Existe un Centro de Medios de Comunicación Social equipado con equipo técnico, servicio y material didáctico.
- 4) Los equipos diocesanos son apoyados oportuna y eficientemente.

En el mismo Plan, tenemos el Manual de funciones que dice:

493. Funciones:

Impulsar el uso de los Medios de Comunicación Social en la evangelización; acompañar a los agentes que los usan, dirigen o impulsan, para que sean auténticos evangelizadores modernos; y orientar sobre el influjo que ejercen los Medios de Comunicación Social, en general.

494. Comisiones internas:

- a) **Formación Crítica:** Ofrecer subsidios para cursos y talleres en las comunidades, así como espacios e información para una mayor capacitación.
- b) **Atención al Comunicador:** Establece caminos de contacto con todos los que están trabajando en los Medios de Comunicación que tienen alcance en nuestra diócesis, para animar, dar inspiración evangélica, propiciar el intercambio de experiencias, e ir creando mecanismos de coordinación.
- b) **Impresos:** Intercambiar y propiciar avance en las hojitas parroquiales, boletines, periódicos, revistas y demás impresos, y apoyar la realización del Boletín Diocesano de Pastoral.
- c) **Tecnología:** Orientar, para evangelizar, aprovechando espacios en radio, televisión u otros medios, o a través de videos y audios de creación grupal.
- d) **Centro Diocesano de Información:** Recabar la información más completa que se pueda sobre la diócesis y sus comunidades, ofrecerla, de acuerdo a los criterios acordados, a los medios de información, y tener un banco de materiales a disposición de quien lo solicite.

CONCLUSIONES:

- El equipo se ha ido configurando poco a poco. Tenemos nuestras reuniones periódicas.
- Se capacitan Sacerdotes y Laicos con los cursos de verano de México, con los Padres Paulinos.
- Se apoya a los equipos diocesanos cuando lo solicitan.
- En varios decanatos se tienen talleres de MCS.
- Se promueve el día del Comunicador, cada 15 de mayo.
- El Sr. Obispo nos ha permitido tener un espacio para ruedas de prensa y oficina en un anexo de la Catedral Basílica.

- Ojalá entendamos que así como los MCS afectan a todos, todos asumamos la responsabilidad de capacitarnos y seamos críticos frente a la invasión de los mismos medios.
- El equipo está a disposición de parroquias y decanatos, para apoyarlos, y lograr que los MCS sean en verdad instrumentos al servicio del Reino.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN ARANDAS

De hecho desde 1908 se inician los medios de comunicación en la entonces Villa de Santa María de Guadalupe de las Arandas, cuando los jóvenes arandenses Antonio Valadez Ramírez fundó y dirigió un periódico semanal, el que tituló «el oriente de jalisco». Con él colaboraron, con su pensamiento y pluma, Manuel Martínez Valadez quien solía usar el pseudónimo de «Chenco Pitarrillas»; Pablo Vázquez, Rafael Gómar, Joaquín Ramírez quienes por mucho tiempo sostuvieron, nutriéndolo de colaboraciones, el mencionado semanario.

Tiempo después Arturo Rivas Sáinz funda la revista «Estela» donde con cierta calidad literaria, y con lectores extramuros arandenses, inicia una brillante carrera en el misterio de las letras, la que continuó en la Universidad de Guadalajara donde fue maestro de varias generaciones en la Antigua facultad de Filosofía y Letras, ahora llamado Centro Universitario de Humanidades y Ciencias Sociales. En ese tiempo fundó la revista «Summa» y el taller EDS y su revista en la que Juan José Arreola publicó sus primeros trabajos. Creó y dirigió la Escuela de Graduados, sección Literaria.

«VIDA PARROQUIAL»

Parroquia de San Francisco, Tepatlán.

Lleva editándose 21 años, se imprimen 2300 ejemplares y es semanario.

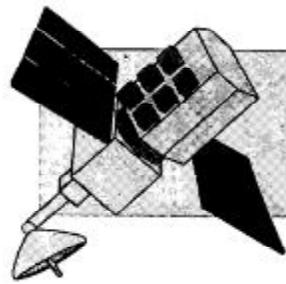
Preparan el material 6 personas fijas y algunas eventuales.

Su tamaño es 4 cartas.

No tiene anuncios comerciales, lo sostienen los lectores.

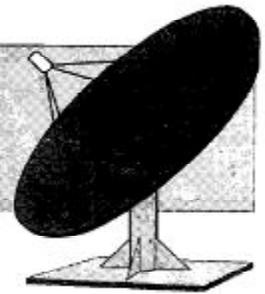
Lo reparten un promedio de 60 personas. Dos veces al año sale a colores, se imprime en Guadalajara y se envían números fuera, sobre todo a Estados Unidos.

Es formativo e informativo. ^L



LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

EN LOS DOCUMENTOS DE LA IGLESIA



La Iglesia da el calificativo de maravillosos a los inventos, o hallazgos del hombre, que nos han permitido lograr mayor solidaridad, mejor información de los acontecimientos del mundo y legítimo esparcimiento, al alcance de la mano, para el tiempo libre, instrumentos que legítimamente llamamos medios de comunicación social.

Su inmediata relación con los hechos, su colorido y, frecuentemente, su angustioso o alegre mensaje nos hacen vibrar y nos comprometen en la crítica constructiva y en el deseo sincero de un mundo mejor.

Los medios de comunicación social nos ponen en la muy real disyuntiva de construir o destruir con ellos. Algunos de los factores constructivos ya los señalamos, los destructivos inciden principalmente en asuntos que tocan la moral: violencia, pornografía, rumor, falsedad, ataque a la institución familiar, etc.

Ofrecemos algunas citas orientadoras sacadas de los principales documentos sobre medios de comunicación social; creemos que serán de utilidad para los interesados en la materia:

* Pío XII, en la carta encíclica *Miranda Prorsus* (8 Sept. 1957: A.A.S. 49 -1957-, 765), relevaba en primer lugar la indispensable preparación de los radio y telespectadores en general (nn 58-59; 61-62), y luego, la específica del clero, respecto a la radio y la televisión (nn 127-128 y 147), y respecto a todos los mass media (nn 153 y 154).

* Concilio Ecuménico Vaticano II, decreto *Inter Mirifica* sobre los instrumentos de la comunicación social (4 Dic. 1963: A.A.S. 56 -1964, 145). Fija las tareas pastorales de la Iglesia respecto al uso de los mass media: trata de la preparación teórica y práctica de todos los receptores y de los operadores de los mismos con finalidades pastorales; por último, trata de la Jornada Mundial como ocasión para sensibilizar a los fieles.

* Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, *Instrumento Pastoral Communio et Progressio*, para la aplicación del decreto conciliar *Inter Mirifica*. Trata la formación pastoral en general, luego, en particular, de la educación de los receptores, de la educación de los colaboradores en los mass media, de la correspondiente enseñanza en la moral y la catequesis, y del aporte del clero y de su formación específica.



* Consejo Pontificio para las comunicaciones Sociales, *Instrucción Pastoral: Aetatis Novae, Nueva Era en las Comunicaciones* - 22 de febrero de 1992.

El documento presenta el contexto actual de las comunicaciones en lo cultural, social, político y lo económico y su incidencia en el trabajo pastoral.

Así mismo, establece el eje de la acción de las comunicaciones: al servicio de la persona, el diálogo y la Nueva Evangelización.

Ahonda el documento en los retos y prioridades pastorales como los medios de respuesta.

Termina con la necesidad de una planeación pastoral y aportando elementos para un plan pastoral de comunicaciones.

Uno de los recientes documentos sobre el asunto, *Communio et Progressio*, vuelve a insistir en el estrago que pueden hacer los Medios de Comunicación Social, mal orientados:

- Los instrumentos de comunicación pueden, sin duda, ayudar mucho a la unidad de los hombres, sin embargo, el error y la falta de la buena voluntad pueden producir el efecto contrario: menor entendimiento entre los hombres y mayores disensiones, que engendran innumerables males. Con demasiada frecuencia experimentamos cómo, a través de los instrumentos de comunicación, se niegan o se adulteran los valores fundamentales de la vida humana. Una mentalidad cristiana deduce de estas aberraciones la necesidad de que el hombre se libere del pecado que entró en la historia humana con la caída original.

EL MAGISTERIO DE LA IGLESIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Se pueden dividir en cuatro períodos:

I.- Período de la prensa - 1831 a 1903: Desde Gregorio XVI a León XIII.

II.- del cine - 1903 a 1939: De Pío X a Pío XI.

III.- de RADIO Y TV. - 1939 a 1963: PIO XII a Juan XXIII.

IV.- Hacia una teología de la comunicación social de Paulo VI a Juan Pablo II - 1963 a 1992

Los Papas que han gobernado la Iglesia, han tenido diferente relación con los Medios de Comunicación Social, y su actitud va desde el verlos como cosa del demonio hasta estimarlos como instrumentos al servicio del Evangelio.

BENEDICTO XV de 1914 a 1922

PIO XI de 1922 a 1939

PIO XII de 1939 a 1958

JUAN XXIII de 1958 a 1963

PAULO VI de 1963 a 1978

JUAN PABLO I de 1978

JUAN PABLO II de 1978 a —

En el primer periodo, se piensa que los MCS son técnicas usadas por los enemigos de la Iglesia, hay mucha desconfianza, y hasta rechazo. Se piensa que lo mejor es quemar todo lo malo que hay, comen-

zando con la prensa impía. Sin embargo, para contrarrestar la influencia negativa de dichos medios, se funda en 1850 un periódico cien por ciento católico *Civiltà Católica* y en 1861, *L'Osservatore*

Hay una actitud moralista, apologética, defensiva, conservadoras de los dogmas católicos tan fuertemente atacados por los enemigos de la Iglesia.

En un segundo período, se comienzan a valorar los MCS, como un medio para defenderse de los enemigos. Los adversarios hacen que la Iglesia se avive en el uso de los medios de comunicación.

Ya desde León XIII, comienza a utilizar la prensa como un factor de defensa de los obreros. Le comienza a ver bondades como un factor de cambio. Se comienza a pensar que la Iglesia debe

utilizarlos. Los periódicos y la prensa en general son vehículos por los cuales puede llegar la medicina a un cuerpo social que padece muchas enfermedades. Aunque la postura es como si fuera un arma de defensa. Por lo tanto se comienza a sentir la necesidad de

utilizarlos.

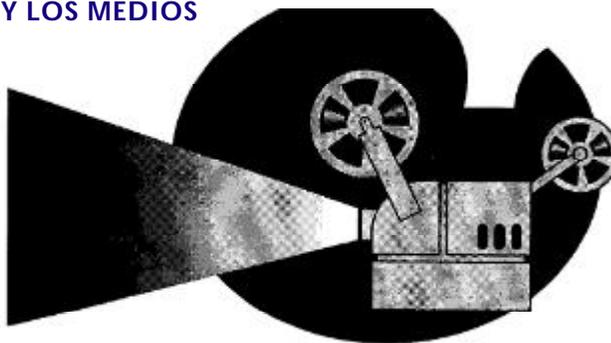
«Son un subsidio para la predicación.

Los laicos son sólo espectadores, así se les tome como asociados. La responsable es la Iglesia y los laicos son simples ayudantes.

Es época del cine mudo y de los primeros intentos del cine parlante, y son vistos como un fenómeno, el ambiente artístico se piensa que es mundano y que la Iglesia no tiene nada que hacer ahí.

En un tercer período, se comienza una reflexión teológica, sobre los Medios de Comunicación Social. Se habla del diálogo con el mundo. El Papa Pío XII utiliza la radio para sus mensajes, son famosos sus radiomensajes. Comienza a extenderse también el uso de la Televisión.

El mundo cambia, pues ya no se mueve en área de la certidumbre, sino en el puro campo de lo opinable. Se habla incluso de que la prensa debe estar al servicio de la Iglesia. Ya no tan sólo tener



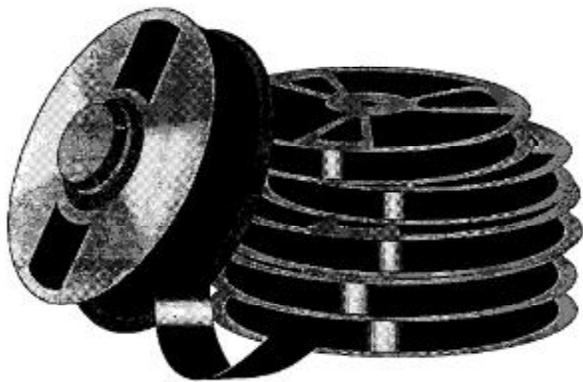
sus propios medios, como en el período anterior, sino con una nueva mentalidad. La Iglesia ya no es todo el mundo. Se afirma que los medios son necesarios y urgentes, ya no como un subsidio.

A los laicos se les confía la tarea de ser actores de la Comunicación.

LOS PRINCIPALES DOCUMENTOS QUE HAN SALIDO DEL MAGISTERIO

- 1.- VIGILANTI CURA de Pío XI del año 1936
- 2.- FILM IDEAL de Pío XII del año 1955
- 3.- MIRANDA PRORSUS de Pío XII del año 1957
- 4.- INTER MIRIFICA CONCILIO del año 1963
- 5.- COMUNIO ET PROGRESSIO Paulo VI de 1971. (Pont. Com. de Com. Soc)
- 6.- ORIENTACIONES de Juan Pablo II de 1986 (Congr. Educación Cat.)
- 7.- AETATIS NOVAE de Juan Pablo II de 1992 (Consejo Pontificio para las comunicaciones sociales.)
- 8.- USO DE LOS INSTRUMENTOS DE COM. SOC. EN LA PROMOCION DE LA FE (Cong. Doct. fe) 1992

Conviene analizar cada uno de éstos documentos.



9.- LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL ANTE LA ETICA (Instrucción de la Conferencia del Episcopado Mexicano, por medio de la comisión Episcopal para las comunicaciones sociales, del 30 de marzo de 1993)

Para nosotros, también es importante la aportación de los Obispos en Medellín, Puebla y Santo Domingo.

Medellín dedica todo el documento 16 a los medios de comunicación social.

- A) Analiza la situación (1 a 3)
- B) Justifica teológicamente, antropológica y eclesiológicamente, la preocupación por los medios de Comunicación. (4 a 9)
- C) Propone ciertas recomendaciones pastorales (10 a 24)

Puebla habla de la importancia de los Medios en distintos lugares, pero es interesante constatar que en la tercera parte del documento, cuando habla de la Evangelización en la Iglesia de América Latina: -Comunión y participación, en el capítulo III habla de los medios para la comunión y participación. En el apartado 5, habla en concreto de los Medios de COMUNICACION SOCIAL.

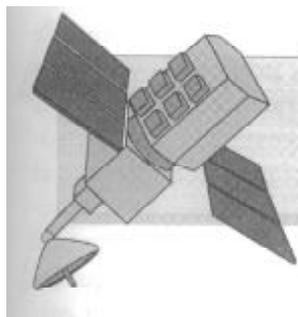
El No. 1063, dice sin más: La Evangelización, anuncio del reino, es comunicación, por tanto, la comunicación social debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva.

Y así, del No. 1063 al 1095, nos habla de la situación que guardan los medios de Comunicación en América, y en un segundo apartado nos da ciertas opciones. Con sus criterios y propuestas pastorales.

Santo Domingo, en su capítulo 3° cuando habla de la Cultura Cristiana, dedica varios párrafos a los Medios, sobre todo cuando habla de la Nueva Cultura, siente el desafío del poder masivo de los Medios de Comunicación, con frecuencia al servicio de contravalores. (253) y dedica todo un apartado, el 5, a la Comunicación Social y Cultura. Propone una iluminación teológica, unos desafíos y sus líneas pastorales (279 a 286)

En nuestro II Plan Diocesano de Pastoral, 369 a 375 se habla de la realidad de los medios en la Diócesis, los intentos por utilizarlos en algunas instancias, y sus logros. Más delante en el mismo plan, cuando decimos lo que queremos lograr, el ideal que soñamos, dedica en el Marco Doctrinal, de los números 713 a 718, un espacio significativo.

A grandes pasos estos son algunos de los documentos oficiales de la Iglesia en lo referente a MCS, pero es innegable que el mismo Papa en todas sus visitas, sabe de la influencia de los MCS y dedica momentos especiales para ellos, a veces en el mismo avión en que va de un lugar a otro. De aquí que en la práctica, se consideran vitales, hoy.



LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y SU INCIDENCIA EN LOS COMPORTAMIENTOS AGRESIVOS



No cabe duda de que los tiempos que corren se pueden considerar marcados por la preponderancia de LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA. Casi toda la actividad humana-económica, política o religiosa gira alrededor de la prensa, radio, TV, revistas, etc.

El hogar no escapa de esta influencia, que puede tener características ventajosas, pero que indudablemente tiene influencias nocivas. Son muchos los padres de familia que consiguieron en el almacén de electrodomésticos, una «niñera» que se encarga de los hijos durante horas, en las cuales se descansa o se sale de casa. Esa «niñera» no cobra sueldo, y es manejada por los mismos muchachos, según preferencias, se llama TELEVISOR.

Hay padres que consideran la TV como ayuda, pues es un modo fácil de librarse de un buen número de preocupaciones. Ellos piensan en las aglomeraciones de la ciudad, donde el espacio de los apartamentos está reducido al mínimo, en las calles llenas por el tránsito y donde abundan por todos lados el peligro; entonces, ¿Cómo es posible pensar en hacer jugar a los hijos, entre los peligros de la calle y las compañías de dudosa moral? Muchos padres, por lo tanto, se sienten obligados a razonar de la siguiente manera: *«mientras los hijos se encuentran ante la TV u otros medios de comunicación, no tengo preocupaciones por su bienestar físico y hasta moral»*.

Las razones que estos padres aducen son aceptables y verdaderas, pero encierran un gran equívoco. El peligro de una actitud demasiado favorable a la televisión, nace del hecho de que el padre, tal vez inconscientemente, termina dejando en otros un deber esencial que es suyo y nada más que suyo:

la educación y el cuidado de sus hijos; y también del hecho de que el hijo puede seguir cualquier transmisión, no importa ni cuándo, ni cómo, ni de qué se trate, con tal de que esté tranquilo, que no grite, que esté bajo control. Esta es una actitud bastante peligrosa.

La televisión y en general los medios de comunicación masiva representan un peligro real para los niños y jóvenes, y con su inadecuada utilización se corren muchos riesgos como son la desfiguración de la familia, de la vida adulta y de la sociedad. Desafortunadamente, nuestra juventud también sigue, y cada vez más, programas para adultos, y en ellos abundan mucho más las familias con graves problemas, que las normales. En dichos programas y noticias, los adul-

tos aparecen a menudo, insatisfechos, y desgraciados como si la vida adulta resultara muy difícil y predominaran las situaciones conflictivas, todo esto va engendrando en los niños y los jóvenes una madurez prematura, caracterizada por el desconcierto, la desconfianza y el desgano de vivir. Por otra parte los medios de comunicación y en general la TV, desacreditan la autoridad de la familia, de la escuela, y de la Iglesia; pues nos dan de continuo



otras maneras de pensar y otros modelos de comportamiento y por eso vivimos en un choque continuo de criterios y de cultura. Y cuando los valores de la TV se oponen a los de la familia se da un agravante a dichos valores, una especie de sello oficial de validez indiscutible; «DOGMA DE FE» por tener opiniones de grandes personajes.

Otro grave problema que crea la TV particularmente, es que muchos programas no sólo buscan crear consumidores, sino que «extranjerizan» la cultura de nuestra juventud, en cuanto a música y canciones, en cuanto a juegos y lenguajes, e incluso en cuanto a alimentación. Los niños buscan ya otros valores, otros héroes como modelos de vida.

Otro de los aspectos nocivos que predominan en los medios de comunicación es la violencia que está en todas partes; en la TV, en la calle, en las pantallas de cine, en los libros, en las revistas y hasta en los cómicos. La violencia predomina y si nos detenemos un poco a examinar los ambientes de violencia, nos encontramos todos los días con escenas en los periódicos, bombardeos, ataques, huelgas violentas, crímenes, secuestros, y guerras en diferentes partes del mundo.

Sin embargo, el mundo no debe ser de los vio-



lentos; y los hijos deben tener un criterio sobre esto muy claro.

Los niños creen que lo que se ve en la TV es completamente cierto y forma parte de la vida diaria. Creen que el superhéroe vuela de verdad, que el hombre araña, u otro, escala los muros más altos como por arte de magia, etc.; pues hasta los 8 años distingue mal lo real de la fantasía. Es por esto que hay que ir ayudándolos a superar esta confusión y para ello la colaboración de la familia es decisiva.

Los padres de familia deben tener muy presente que cuando se abusa de los programas y noticias sobre violencia, hay cierta tendencia a identificarse con esas escenas. Según investigaciones psicológicas,

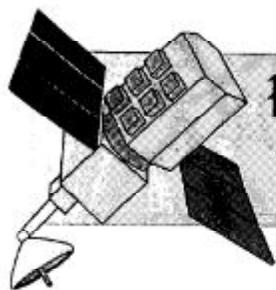


se sabe que el niño que se ha saturado, en la pantalla grande o pequeña, con la violencia, saldrá con el revólver de juguete en la mano, y en su fantasía matará al primero que se encuentre, dará patadas a sus compañeros, romperá vidrios y manifestará comportamientos agresivos. Por todo lo anterior, es un crimen

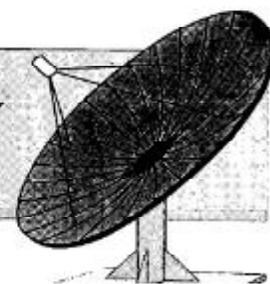
someter a nuestra niñez y juventud al tormento de ver un mundo cruel, violento, duro. Hay que propiciar un clima de bondad y solidaridad.

Si no queremos que nuestros hijos aprendan y desarrollen un carácter violento, debemos abandonar la idea de que no es peligroso, presentar violencia prosocial. Todas las pruebas muestran que permitiéndole al «bueno» que le pegue al «malo» o que el Sheriff le de un tiro al bandido sirve simplemente para que la culpa desaparezca y también la inhibición del comportamiento violento en la vida real. Hay que inculcarles a los hijos que los castigos que muchas veces los «buenos» ejecuten en nombre de la justicia, también son actos indebidos; ya que, por ejemplo, un asesinato será siempre un asesinato independientemente de quien lo lleve a cabo.

Además, se ha comprobado que el que es violento se complace en la violencia sobre todo televisiva, y ésta, a su vez, lo hace más violento, o sea: los niños que tienen tendencias a poseer una personalidad agresiva, que tienen problemas en el núcleo familiar, o sufren alguna frustración; parecen mostrar más inclinación hacia los contenidos violentos, usándolos como base para fantasías antisociales. De lo anterior se puede deducir que el crimen y la violencia presentados por los medios de comunicación masiva refuerzan las tendencias negativas de comportamiento de nosotros los receptores, sobre todo juveniles. ^L



EL AGENTE DE PASTORAL EN LOS M. C. S.



1.1 El rol del comunicólogo en el área profesional

La mayor irresponsabilidad que puede cometer un ser humano consiste en desempeñar un oficio que no sabe, y si este oficio tiene que ver con la orientación y formación de las conciencias, de su educación y transformación mediante la información, esa traición es doblemente grave. El rol del comunicólogo en el área profesional, además de ser importante, lleva implícita una grave responsabilidad que debe ser valorada en su justa dimensión.

1.1.1 La ética profesional

La profesión -determinada por el área de su actividad propia, en el caso del comunicólogo- exige del profesional la aptitud y la capacidad de ir realizando, previa preparación para ello, un determinado y especializado trabajo público al servicio de un grupo social o de la sociedad entera; trabajo que a su vez ofrece un prestigio a la profesión y al profesional, una cierta estabilidad y un interés económico a la persona que realiza este trabajo por vocación o por elección propia.

El rol desempeñado por un comunicador en su área le exige ciertos deberes específicos de su profesión: la lealtad a la profesión elegida, delimitada por sus actividades propias, contribuyendo a su prestigio y buena fama; la preparación adecuada (estudios, aprendizaje, capacitación específica) para el desempeño del oficio; el ejercicio competente y honesto de la profesión, teniendo presente en todos los casos la dignidad humana; la entrega al trabajo profesional como corresponde a una verdadera vocación, la realización de las prestaciones resultantes de este trabajo, en favor del bien común y al servicio de la sociedad; el constante perfeccionamiento del propio saber profesional, sin conside-

rarlo jamás como algo limitado, totalmente alcanzado o superado, sino como un punto de partida; la exigencia justa de obtener no sólo el prestigio profesional, sino también los medios materiales (económicos) para una vida digna; la lealtad al dictamen verdadero, razonado y reflexionado, de su propia conciencia, a pesar de las posibles circunstancias contrarias o contradictorias; al derecho moral de permanecer en la profesión elegida, ya que el constante cambio de actividades y ocupaciones de diversa índole es opuesto a la estabilidad profesional; y finalmente, el esfuerzo constante por servir a los demás, conservando plenamente, al mismo tiempo, su libertad personal.

Desafortunadamente, no se está siendo fiel a la vida profesional de la comunicación con una visión de informar, comunicar y servir. Por esa razón se formulan posturas opuestas y praxis diferentes en lo que atañe a la deontología del comunicólogo, que -concretando y generalizando- representa estos tres tipos de actitudes:

- 1.- La que se encamina hacia el bien común, respetando la dignidad de la persona humana: la salud moral de los individuos, de la profesión y de la sociedad.
- 2.- La que obedece a los intereses de un ideología de unos sistemas políticos-económicos determinados y de las corrientes filosóficas y pseudo-filosóficas accidentales.
- 3.- La que se acomoda a cualquier circunstancia por oportunismo o por miedo, teniendo siempre como fin último sus propios beneficios particulares e individuales, sin tener en consideración ideologías, derechos, razones o legítimos beneficios de los demás.

1.1.2 La ética profesional de los medios de comunicación.



Muchos autores que han estudiado detenidamente la ética profesional dentro de los medios de comunicación, consideran a los mismos no sólo como conductos educativos, culturales e informativos (en el más amplio sentido de la palabra), sino también como unas armas terribles puestas en las manos de quienes las poseen, manejan y emplean. Su comentario posee una sobrada razón, debido a que estos medios son capaces de garantizar la divulgación de la información auténticamente veraz y necesaria; de estimular la curiosidad inteligente y el interés legítimo por los nuevos temas, situaciones y problemas; de ampliar los horizontes del saber humano; de desarrollar el gusto artístico y las virtudes morales. Pero también son capaces de degradar, de pervertir y de esclavizar a la persona humana, no sólo en los países atrapados por el totalitarismo político-ideológico o por la miseria económica y cultural, sino también en los ambientes generalmente orgullosos de su vivencia de las libertades democráticas.

Los medios informativos deberían proporcionar a los receptores (a su público), por los menos, la posibilidad de juzgar por sí mismos los hechos y los acontecimientos actuales de diversos signos y contenidos, sin expresar unas verdades torcidas o adulteradas -verdades a medias- sino una realidad digna de ser registrada, comentada y tratada con la mayor objetividad posible.

Es un hecho comprobado científicamente que tanto a los individuos como a las masas se les puede manipular psicológicamente para que acepten el desorden, vivan una vida vacía y amorala, apoyen una dictadura perfecta, compren un producto que no necesitan o se acostumbren a los hábitos superfluos, inútiles o dañosos.

El comunicólogo - para el que son indispensables estos medios de comunicación social- puede hacer un servicio inapreciable al hombre y a la sociedad o puede provocar las más hondas crisis y fomentar las más retrógradas confusiones con las que se pretende corregir la armonía del universo, aunque sólo se suscite el caos.

1.1.3 El rol del comunicólogo en el área profesional

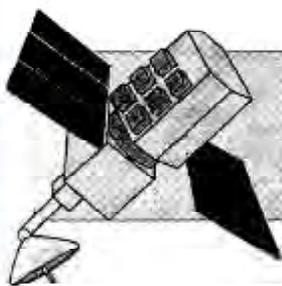
Dependiendo de su punto de partida que -si no es un lamentable equívoco, un error involuntario o una grave irresponsabilidad- el comunicólogo adquirirá alguno de estos roles: la presunción o la

esperanza; la osadía de autoconstruirse en el árbitro indiscutible, cuya función es dar soluciones a los problemas de la contemporaneidad, o por el contrario, la voluntad de ser firme, de servir a los demás con humildad y audacia intelectuales, con conocimientos sólidos de los hechos y temas tratados con honradez, proporcionando una información, una documentación o una argumentación basada totalmente en la verdad. Una verdad, además, bien intencionada, constructiva y claramente honesta.

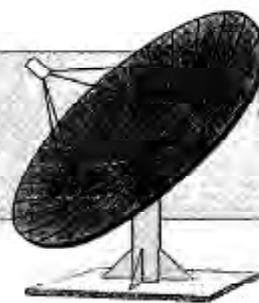
Es imprescindible la formación del hombre en el profesional y del profesional en el hombre. En ese hombre que tiene en sus manos esa arme terrible capaz de cambiar los ambientes, la sociedad y el mundo. Y para que este cambio no sea desastroso, hace falta que esta arma la tengan los hombres, los profesionales de la comunicación, que sepan emplearla para el bien, para la paz, para la prosperidad material y espiritual de las gentes y para la verdadera libertad y justicia para todos. Es necesario que estos hombres sean realmente íntegros, justos y amantes de la verdad.

El rol del comunicólogo debe ser: que obre según su conciencia rectamente formada y con un profundo sentido de responsabilidad, evitando a toda costa la mentira, la información inventada o no comprobada; que respete estas obligaciones, consciente de su relación con la persona humana y con la sociedad, y sus derechos fundamentales: que no se convierta en espía o confidente y que mantenga siempre la palabra empeñada; que se obligue a si mismo para que su función profesional y su vida personal respondan en todo momento al prestigio y a la posición que ocupa en la sociedad (tanto él como la profesión) y que en su labor comunicativa respete y observe las normas generales de la moral, válidas en toda sociedad; que estas obligaciones y esta responsabilidad no sólo estén relacionadas directamente con la profesión y con los demás, sino también con las formas periodísticas empleadas, con el tipo de medios técnicos utilizados con los cargos específicos desempeñados y con el carácter mismo de los propios centros informativos.

Mientras el hombre milite en la comunicación, las marcas distintivas de su valor como profesional serán: su responsabilidad y su criterio; su educación, sus antecedentes y su adiestramiento; su capacidad técnica como reportero, escritor o editor, publicista o relacionista público y su contribución hacia el progreso de las normas de la ética profesional. ^L



OFICINAS DE COMUNICACION SOCIAL CENTROS INFORMATIVOS



Difundir en forma adecuada, eficiente y oportuna los programas y logros de la Institución a través de los medios de la comunicación, selectivos y masivos, del ámbito territorial (decanato, diócesis, etc.) que le corresponde; en lo interno, propiciar un conocimiento amplio y creciente que eleve el nivel de pertenencia de los miembros de la institución, son algunos de los principales objetivos de la Oficina de Comunicación Social (O.C.S.).

Dicha O.C.S. surgieron como el instrumento apropiado para propiciar, desde el campo amplio de la comunicación un clima de crecimiento institucional. Para lograr sus objetivos las O.C.S elaboran programas estratégicos que responden a las necesidades más urgentes de la Institución y se sirven de todos los medios de comunicación: selectivos para un público seleccionado; masivos:

dirigidos a toda la sociedad; directos: dirigidos a personas concretas.

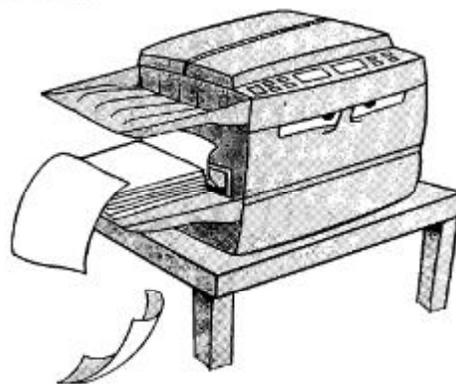
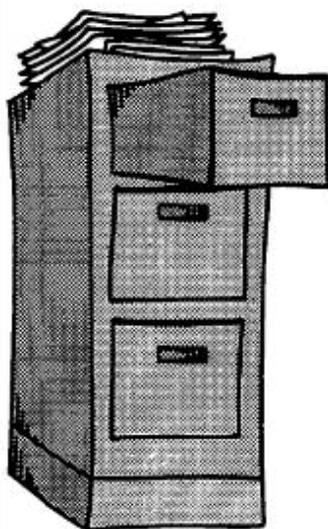
Asimismo las O.C.S. dotan a la institución de un banco de información cuyo fines son amplísimos: desde la elaboración de pequeños documentos, pasando por la creación de contenidos para audio y video hasta la publi-

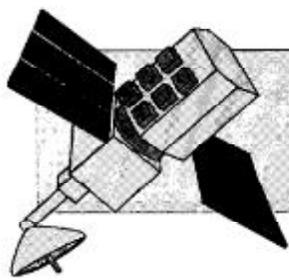
cación de dicho archivo informativo ayuda a tomar decisiones de los responsables de áreas de la Institución.

Por otro lado la O.C.S. trabaja para preservar y acrecentar a través de la comunicación social la imagen favorable de las acciones y programas aprendidos por la Institución a fin de sostener su actividad y promover su creciente desarrollo. Pero este cuidado de la imagen de la corporación no es superficial sino que está sostenida por un trabajo intenso al interno de la corporación tanto que en realidad la O.C.S. sólo da a conocer a todo el público el eficiente trabajo de la Institución.

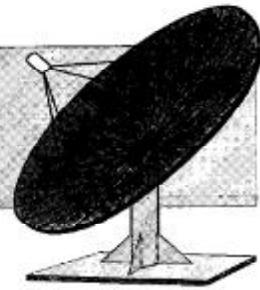
Expresar en poco párrafos el abundante trabajo de las O.C.S. es pretender abarcar demasiado. Basta lo anterior para imaginar la utilidad instrumental que tienen en la actualidad y la urgencia de toda la Institución para explotar al máximo este excelente recurso que concentra un enorme potencial.

Diseñar e implementar una O.C.S. no es inalcanzable, pero sí requiere capacitación dedicada para poder explotar toda su riqueza en bien de nuestra Institución. ^L





¿QUÉ ES UN FORO CRÍTICO? EL FORO CRÍTICO



Por Foro crítico se entiende la reunión que lleva a cabo un grupo de personas, para criticar, analizar o comprender un determinado medio de comunicación, sea este radiofónico, televisivo, cine o medios impresos.

El objetivo que generalmente persigue el foro crítico es el de observar los Medios de Comunicación Social con una actitud crítica, para utilizarlos al servicio de la comunidad. El fin ayuda a no ser utilizados por los medios. Es importante la desmitificación de los medios, perderles el miedo y conocer a grandes rasgos como se produce un producto.

Existen bastantes formas de realizar un foro crítico, lo más indispensable en cuanto a la organización es:

- 1) Contar con un grupo de personas interesadas y que quieran participar en un foro crítico.
- 2) Un responsable que facilite el lugar, tiempo propicio y comprensión para esta reunión.
- 3) Un coordinador o monitor, que promueva el grupo, aceptado y escogido entre ellos, lo interese, promueva que todos participen, evite agresividad de opiniones y que haga la síntesis de lo que se analice.

El proceso de la dinámica de un foro crítico depende en gran medida del coordinador o monitor que debe conocer la situación y los efectos de los Medios de Comunicación Social y también debe tener conciencia de las necesidades del pueblo mexicano.

Según las necesidades que el monitor encuentre en su foro, se pueden manejar de distinta forma el análisis de un medio. Puede ser comentando un

anuncio publicitario, una telenovela, una canción, una revista y descubrir el mensaje que se quiere comunicar, y por qué razón. Por ejemplo en el análisis de un capítulo de una telenovela se pueden tener en cuenta las siguientes cuestiones: 1) Tema; 2) Personajes; 3) Lenguaje; 4) Valores; 5) Antivalores; 6) Ambiente; 7) Juicio de valor. Haciendo juicio comparativo con otras novelas.

Existen muchas formas de analizar un mensaje que es transmitido por los medios y este ejercicio sin duda alguna nos ayuda a formarnos una conciencia crítica. Pero ¿qué significa tener una conciencia crítica?

La conciencia crítica es uno de los rasgos característicos de la personalidad madura. Es índice de nivel psicológico y académico óptico. Por medio del espíritu crítico el individuo desarrolla un sólido

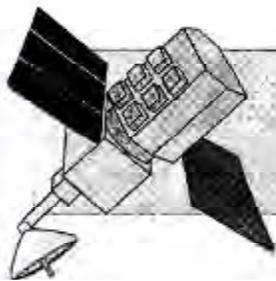
instrumento para hacer frente a múltiples desafíos. Ser críticos significa tener desarrollada la capacidad de discernimiento. Pero esta capacidad de discernir es fruto de un proceso de formación y autoanálisis. La capacidad crítica es inherente a todo ser libre, y tanto más libre se es cuanto más crítico. La falta de criticidad nos hace seres dependientes, nos libera de falsos determinismos y de actitudes pasivas.

La riqueza de un foro crítico es que nos lleva a desenmascarar los mecanismos del sistema que condicionan el modo de pensar, de valorar y de actuar de los grupos humanos. ^L

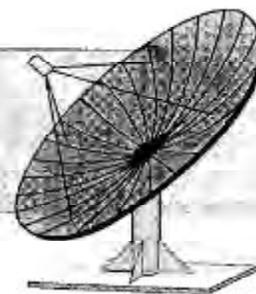
BIBLIOGRAFIA DE REFERENCIA

Marta Orisni, Greogorio Triarte, *Realidad y Medios de Comunicación. Técnicas de Instrumentos de Análisis-Ediciones Dabar.* Aldama Alfredo, *Teledictos o Telecríticos.*





HABLEMOS ACERCA DE LA TELEVISION



La televisión es el medio de comunicación masiva más desarrollado. Por su lenguaje visual, causa impacto, diciendo muchas cosas en pocos segundos. Llega de inmediato, dirigido a todos, incluso analfabetas.

Se ha convertido en vendedor de productos y servicios. Es exagerada su tendencia comercial. Como negocio, busca el interés del empresario y su control, las mejores horas se dedican a lo superficial por ganar espectadores a los publicistas, usando medios que no compiten con los programas culturales, los cuales son vistos como aburridos, o se empalman. No se dedican al servicio y al estudio. Son vistos como mero entretenimiento, en un mundo subdesarrollado.

La televisión constituye un lavado de cerebro. No somos conscientes de la forma como va determinando nuestras conductas. Crea modelos de familia, de hombre, de mujer, de felicidad. Con un tiroteo de imágenes sugestivas, va manejando los sentimientos y las emociones. Y sin sentir, convence de que los problemas se resuelven con dinero o violencia, y que se triunfa pisoteando, como en la guerra, la competencia o las formas de violencia. Al promover la violencia, el abuso del sexo, y todo lo anormal que el mundo reprueba, va haciendo aceptables ciertas conductas que provocarán rupturas.

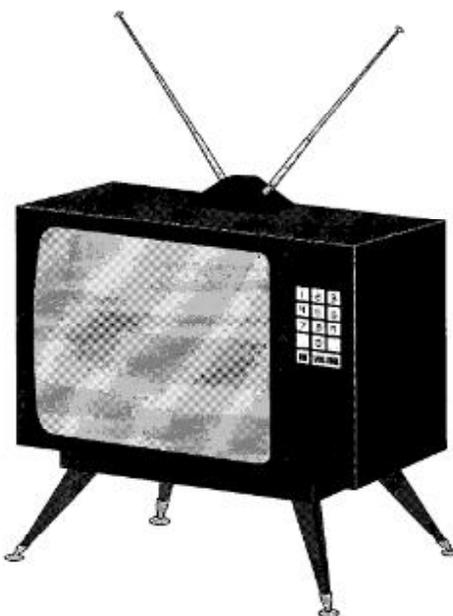
Como una droga, causa adicción, dependencia y alteración de conducta. Se le dedica entre 2 y 6 horas diarias por persona. Un 60% tiene más de un televisor. Lo más visto son las telenovelas, enseguida, programas de música, deporte e información.

Cómo llegar a ser receptor crítico de la Televisión

¿Qué diferencia hay entre un receptor y un percceptor? Describámoslo:

RECEPTOR:

- Experimenta **sensaciones** (estímulos básicos, directos).
- Recibe pasivamente mensajes.
- Busca **diversión y noticias**.
- Es **espectador**.
- Es **masa**, número estadístico.
- Confunde realidad con **fantasía**.
- No se disciplina para elegir.
- Admira los progresos.



PERCEPTOR:

- Experimenta **percepciones** (sensaciones interpretadas).
- **Interpreta** los mensajes.
- Busca **información** para ubicarse en el mundo y aportar algo.
- Es **protagonista** del mundo.
- Es **interlocutor**, con opinión cualificada.
- **Discierne** entre fantasía y realidad.
- Elige y decide los programas.
- Comprende los lenguajes y las técnicas de la televisión.

Métodos de abordaje:

- 1) Moralista: juzga la televisión como “buena” o “mala”, sin tomar en cuenta otros aspectos (estético, lenguaje visual, técnica, cultura, etc) ni ofrece alternativas.
- 2) Psicológico: vé los efectos que causa en la conducta. Es mecanicista, y ve a los medios de comunicación como enemigos en potencia.

3) Ideológico: analiza qué productos culturales se están imponiendo a esta sociedad, y qué ideología subyace a los mensajes. Está reservado a unos cuantos que son críticos y creativos.

¿QUÉ PASOS ESTARÍAN A NUESTRO ALCANCE?

- Descubrir sus valores psicosociales y ético-culturales. Reconocer sus formas de manipulación, los mensajes que propone, como si fueran una escuela paralela.
- Valorar críticamente la técnica desde las constantes políticas, culturales, morales y religiosas de las producciones y los programas. Poner atención a las estructuras económicas, jurídicas e ideológicas que condicionan su calidad, cantidad y mensaje, tanto en su producción, como en su distribución y consumo.
- Conocer los problemas reales. Saber distinguir entre lo cierto y lo demostrado, entre lo hipotético y lo opinable, entre lo definitivo y lo transitorio, entre lo general y lo particular, entre los hechos y sus interpretaciones.
- Tener criterios para seleccionar programas y para el comportamiento ante los mismos.
- Hacer foros para analizar, discutir y juzgar, mediante el diálogo, la expresión, argumentación y búsqueda de claridad. Es decir, desarrollar medios alternativos de comunicación.
- Ante las programaciones que son dañinas, por muy poderosas que parezcan: se pueden mandar cartas a directivos y funcionarios; sacar desplegados con firmas tipo ligas de la decencia; hacer una campaña de concientización, asesorados por especialistas, bibliografía y cursos; sugerir alternativas; hacer videoforos.
- Reforzar los mensajes positivos, recomendar buenas programaciones, apoyarlas.
- Ver la moralidad de los contenidos, las responsabilidades de los comunicadores, las corrientes de rumor que originan, las mentiras disimuladas e informaciones subliminales, el respeto a la dignidad humana y los valores de la comunidad, la distribución de los recursos.



Consejos para ver la televisión en casa

Ni permisivismo, ni represión. No seguir la ley del mínimo esfuerzo.

Ver la televisión con los hijos. Tener claves para descubrir mensajes, aclarar dudas, ver opiniones, sacar conclusiones. No olvidar que son verdades parciales y siempre habrá lagunas.

Seleccionar programas, interpretarlos, comunicarse, atentos a las reacciones. Proporcionarles alternativas para llenar los tiempos libres.

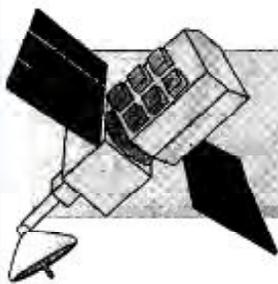
Tener un horario y un lugar en casa. No tener muchos aparatos. No encerrar la televisión, pues provocaría rebeldía. No prohibir ver la televisión como forma de castigo, pues no es diversión sino cultura.

El niño menor de 5 años necesita movimiento. Si se le enciende la televisión no entiende y se aburre. Debe verla en compañía, nunca a oscuras.

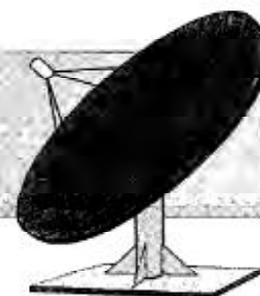
Entre los 6 y los 9 años el niño ya comprende las historias. Tiene mucho tiempo libre, pues son pocas sus tareas escolares y ya no le atraen mucho los juguetes. Hay que limitarle el tiempo de televisión.

De los 10 a los 12 años aproximadamente, habrá que limitarle el uso, por su salud, sus tareas, su fuerte capacidad de impresionarse, la disciplina del sueño.

Al adolescente hay que darle una orientación para su propio juicio crítico, moral y cultural. Hay que discutir de qué forma se arregla un conflicto, discernir sus ídolos. ^L



CRITERIOS PARA SABER MIRAR



TELEVISION Y FAMILIA:

Mensaje de Juan Pablo II con ocasión de la XXVIII Jornada Mundial de la Comunicaciones sociales.

Queridos hermanos y hermanas.

En las últimas décadas, la TV ha revolucionado las comunicaciones influenciando profundamente la vida familiar. Hoy, la TV es una fuente importante de noticias, de información y de entretenimiento para innumerables familias, hasta el extremo de modelar sus actitudes, sus opiniones, sus valores y sus prototipos de comportamientos.

La televisión puede enriquecer la vida familiar: puede unir más a sus miembros y promover más su solidaridad hacia otras familias y hacia la humanidad en su conjunto; puede aumentar no sólo su cultura general, sino también la religiosa, permitiendo a sus miembros escuchar la Palabra de Dios, reforzar su identidad religiosa y nutrir su vida moral y espiritual.

La televisión debe ser veraz.

La TV puede también dañar la vida familiar; difundiendo valores y modelos de comportamientos degradantes, emitiendo pornografía e imágenes de brutal violencia; inculcando el relativismo moral y el escepticismo religioso; difundiendo mensajes distorcionados o información manipulada sobre hechos y los problemas de actualidad; transmitiendo publicidad de explotación que recurre a los más bajos instintos; exaltando falsas visiones de la vida que obstaculizan la realización del recíproco respeto, de la justicia y de la paz.

La TV puede tener efectos negativos sobre la familia aunque los programas televisivos no sean de por sí moralmente criticables; puede aislar a sus miembros en sus mundos privados, eliminando las auténticas relaciones interpersonales, y dividir también a la familia, alejando a los padres de los hijos y a los hijos de los padres.

Dado que la renovación moral y espiritual de la familia humana, en su conjunto debe radicarse

en la auténtica renovación de las familias individuales. El tema de la Jornada Mundial de las comunicaciones sociales de 1994 -Televisión y familia: criterios para sanos hábitos en su uso- es particularmente apropiado, sobre todo en este año internacional de la familia, durante el cual la comunidad mundial está buscando la forma de dar nuevo vigor a la vida familiar.

Este mensaje, desea subrayar especialmente la responsabilidad de los padres, de los hombres y de las mujeres de la industria televisiva, las responsabilidades de las autoridades públicas y de los que tienen deberes educativos y pastorales en la Iglesia. En sus manos está el poder de hacer de la televisión un medio cada vez más eficaz para ayudar a las familias a desarrollar su papel, que es el de constituir una fuerza de renovación moral y social.

Dios ha investido a los padres de la grave responsabilidad de ayudar a los hijos a «buscar la verdad desde su más tierna infancia y a vivir de conformidad con ella, a buscar el bien y a promoverlo» (mensaje para la jornada Mundial de la Paz, 1991, n.3). Tienen, por lo tanto el deber de llevar a sus hijos a apreciar «todo lo que hay de verdadero, de noble, de justo, de limpio, de amable, de laudable, de virtuoso y de encomiable» Flp 4, 8.

Los padres deben inculcar criterios sanos.

Por consiguiente, además de ser espectadores en condiciones de discernir por sí mismos, los padres deberían contribuir activamente a formar en su hijo hábitos en el uso de la televisión que conduzcan a un sano desarrollo humano, moral y religioso. Los padres deberían informar previamente a sus hijos sobre el contenido de los programas y, consecuentemente, hacer una elección consciente, para el bien de la familia sobre lo que se debe ver o no. A este propósito pueden ser de ayuda tanto las recensiones y los juicios propor-

cionados por organismos religiosos y por otros grupos responsables, como programas adecuados educativos propuestos por los medios de comunicación social. Los padres deberían también discutir sobre la televisión con sus hijos, capacitándolos para regular la cantidad y la calidad de los programas que ven y para discernir y juzgar los valores éticos que están en la base de determinados programas, puesto que la familia es «el vehículo privilegiado para la transmisión de esos valores religiosos y culturales que ayudan a la persona a conseguir la propia identidad» (mensaje para la Jornada Mundial de la Paz 1994, n. 2).

Formar los hábitos de los hijos, a veces puede querer decir, sencillamente, apagar el televisor porque hay cosas mejores que hacer, o porque la consideración hacia otros miembros lo requiere o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que hacen un uso regular y prolongado de la televisión como si se tratara de una especie de «niñera electrónica», abdican de su deber de principales educadores de sus hijos. Tal dependencia de la televisión puede privar a los miembros de la familia de la oportunidad de relacionarse los unos con los otros por medio de la conversación, las actividades y la oración común. Los padres prudentes son, además, conscientes de que también los buenos programas deben ser complementados por otras fuentes de información, entretenimiento, educación y cultura.

Para garantizar que la industria televisiva salvaguarde los derechos de las familias, los padres deberían expresar sus legítimas preocupaciones a los productores y a los responsables de los medios de comunicación social. A veces, será útil unirse a otros, formando asociaciones que representen sus intereses con relación a los medios de comunicación, a los anunciadores, a los responsables y a la autoridades públicas.

Los profesionales de la televisión deben promover auténticos valores.

Los que trabajan para la TV -ejecutivos y managers, productores y directores, escritores e investigadores, periodistas, personajes de la pantalla y técnicos- todos tienen graves responsabilidades morales hacia las familias, que constituyen la gran parte de su público. En su vida profesional y personal, los que trabajan en el ámbito televisivo

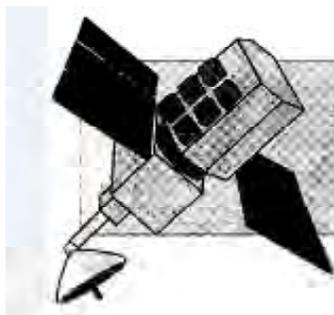
deberían comprometerse al máximo con la familia en cuanto comunidad social fundamental de vida, amor y solidaridad. Reconociendo la capacidad de persuasión y la estructura en la que trabajan, deberían hacerse promotores de auténticos valores espirituales y morales, y evitar «todo lo que daña a la familia y a la persona» incluyendo erotismo o violencia, apología del divorcio o actitudes antisociales entre los jóvenes»

(Pablo VI, Mensaje para la jornada Mundial de las Comunicaciones sociales 1969, n. 2).

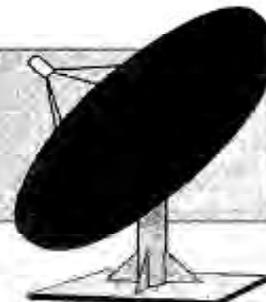
La televisión trata con frecuencia temas serios. La humana debilidad y el pecado, y sus consecuencias para los individuos y la sociedad; los defectos de las instituciones sociales, incluidos los gobiernos y la religión; los interrogantes fundamentales sobre el significado de la vida. Debería tratar estos temas responsablemente, sin sensacionalismos, con sincera solicitud por el bien de la sociedad y un respeto escrupuloso por la verdad. «La verdad os hará libres» Jn ,32. dijo Jesús: y toda la verdad tiene su fundamento en Dios, que es también la fuente de nuestra libertad y de nuestra capacidad creativa.

Al cumplir sus propias responsabilidades, la industria televisiva debería desarrollar y observar un código ético que incluya el compromiso de satisfacer las necesidades de las familias y promover valores que apoyen la vida familiar. También los Consensos de los medios de comunicación, formados tanto por medios de la industria televisiva como por representantes del gran público, son también un camino muy deseable para hacer la televisión más sensible a las necesidades y a los valores de sus audiencias.

Tanto si los canales de la TV están gestionados por la industria televisiva pública o privada, son un instrumento público al servicio del bien común; no son solamente un «terreno» privado para intereses comerciales, para un instrumento de poder o de propaganda, para determinados grupos sociales, económicos o políticos; existen para servir al bien de toda la sociedad. Como «célula» fundamental de la sociedad, la familia merece, por lo tanto, ser atendida y defendida con medidas apropiadas por parte del Estado y de las demás instituciones (Mensaje para la Jornada Mundial de la Paz 1994 n. 5). Esta es la base de la responsabilidad que incumbe a las autoridades públicas con respecto a la televisión.

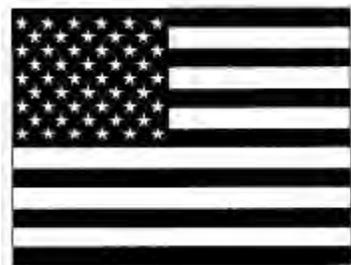


HISTORIA DE LA TELEVISION



*Ventana mágica hacia el mundo,
espejo de la vida,
«caja idiota»
o simplemente medio de transporte:
La televisión.
(Manuel Michel)*

EL MODELO NORTEAMERICANO:



En 1931 se instaló en el Empire State Building, de la ciudad de Nueva York, la 1ª emisora televisiva, todavía en experimentación. El sueño de poder transmitir imágenes a distancia tuvo que esperar a que la energía eléctrica pudiera transformarse en luz, en los inicios del siglo XX.

Fue en Gran Bretaña, John Logie Baird, hacia 1925 quien pudo captar imágenes en un televisor de su invención y en noviembre de 1932 se lanzó al aire la primera programación estable de televisión en el mundo, esto en U.S.A. y a fines de 1939 ya había cerca de 20,000 receptores y la compañía BBC transmitía unas 24 horas por semana. Al mismo tiempo que ocurría la Segunda Guerra Mundial (1939- 1945) y que detuvo el avance de la carrera de la imagen televisada hasta 1946, Poco a poco la televisión acapara público. Muchos cinéfilos se convierten en teleadictos, con lo cual la industria cinematográfica pronto entra en crisis.

En 1954 se termina el monopolio de la BBC, ya que se autoriza una nueva cadena: LA INDEPENDENT TELEVISION AUTHORITY ITA, que basó el éxito de su programación en la adopción de fórmulas estadounidenses de televisión. Cabe hacer notar que la publicidad en este tiempo llegaba sólo

al 10 % del tiempo de la transmisión, es decir de 6 minutos por hora.

La televisión inglesa tenía dos cabezas una privada como decimos y una pública y para 1980 cuenta con más de 20 millones de hogares.

Mientras tanto ¿qué pasa en USA? En 1931 la RCA (radio Corporation of America) crea una emisora en Nueva York y que después de 1945 tendría una expansión explosiva: de 10,000, que había, en 1961 se llegó a 35 millones de hogares y para 1980 alcanzaría el record de 124 millones, es decir más de un televisor por familia.

Para estas fechas 708 CANALES TELEVISIVOS se disputan la captación de un público masivo y sin embargo, ojo, sólo tres redes controlan la totalidad de los canales comerciales (¿manipuladores?): American Broadcasting Corporation, (ABC); National Broadcasting Corporation (NBC); y la Columbia Broadcasting Corporation (CBS).

Para el público de habla hispana, constituido por millones de inmigrantes, disperso por todo el territorio Estadounidense se crea una programación -UNIVISION- Spanish International Network (SIN), que actualmente es propiedad de renombrados industriales y financieros mexicanos y estadounidenses, (proceso 506, 14 de julio de 1986, a la vista el poder de Azcaraga en EEUU.

A vuelo de pájaro, esto es el MODELO NORTEAMERICANO de la televisión, que está vinculado desde su nacimiento a grandes consorcios radiofónicos y periodísticos. En la base está el

«espíritu» LIBERAL que da origen a la pugna entre enormes capitales y un creciente mercado publicitario de millones de dólares.

EL MODELO SOVIÉTICO:



En el extremo opuesto se encuentra el modelo de las democracias que también se expande después de la segunda guerra mundial. Inaugurado el 5 de mayo de 1945 los estudios en Moscú,

los de Leningrado en 1950 y los de Kiev en 1960. Ya para entonces comienzan a multiplicarse los televisores, de 15 en 1950 a 5 millones en 1960 a 35 millones en 1970, y a 77 en 1980. Con las estaciones: Orbita, ligadas a los satélites Molnya y Ekran el 80 % de los rusos ven televisión.

Desde 1965 es lanzado un CANAL EDUCATIVO que trasmite entre 6 y 7 horas por día programas educativos, también un canal cultural y deportivo pero evidentemente rezagados en relación a los EEUU que, gracias a la competencia, han logrado mejorar mucho.

A pesar de que la televisión es un OJO OMNIPRESENTE que prolonga la visión sobre el mundo, el destino fundamental de este aparato es y sigue siendo el de hacer ver, es medio de transporte o ventana abierta al mundo a casi 50 años de vida productiva.

La televisión todavía tiene que buscar, como mínimo, una meta para su vida. No basta que haga ver, para que realmente sea la compañera solitaria del hombre.

La fotografía y el cine conservan rasgos desde su origen artesanal, de su manejo individual; la televisión, hija del siglo XX, destinada a las masas excluye la comunicación para minorías.

HISTORIA DE LA TELEVISION EN MEXICO

El 1° de septiembre de 1950 nace el canal 4 (XHTV) al transmitir el primer informe televisado de del entonces presidente Miguel Alemán, y de iniciar con ese día sus transmisiones al pueblo de México. Entonces se contaba en el país con 1300 receptores en blanco y negro.

Desgraciadamente el presidente Alemán no escuchó a Salvador Novo, que en 1947, aconsejó la formación de un monopolio, televisivo al estilo de la BBC, pues según él, en manos de un monopolio la televisión puede convertirse en un instrumento de desinteresado esparcimiento, apto para los mejores contenidos sin que se vea apremiado por las razones comerciales y económicas que afligen a canales de este tipo: la razón es que sabe lo que ofrece, además porque no sufre el acicate de un patrocinador interesado en salir de su mercancía.

EL CANAL DE LAS ESTRELLAS

Emilio Azcaraga fundador y creador de la XEW y e toda una cadena radiofónica nacional y latinoamericana, que además construyó los estudios «Churubusco», Inza al aire el canal 2 de televisión (XEW-TV) el 21 de marzo de 1951 desde los estudios televisivos: TELEVICENTRO, vinculado con la NBC que, como vimos es para entonces poderosa cadena televisiva.

El ingeniero Guillermo González Camarena, (originario de Arandas Jal.) Inventor de un sistema de televisión a color, patentado desde 1940, y quien en 1946 había establecido una estación experimental la -XHGC- obtiene la concesión para lanzar al aire, en 1952, un canal comercial; XHGC canal 5 (Siga la huella).

Entre estos tres concesionarios surgió la pugna publicitaria y así por presiones y e apoyo de Adolfo Ruiz Cortines, Ejecutivo presidencial de México realizaron un amistoso convenio, mediante el cual Azcarraga tomó el mando de una nueva organización, que fusionaría en una sola corporación a los tres canales existentes cuyo nombre fue TELESISTEMA MEXICANO.

El poder de Telesistema Mexicano va en aumento apoyado por publicistas de corte norteamericano y en un ambiente de modernización mundial, de endeudamiento nacional, el dolar se elevó de 8.00

a 12.50, que mantiene en la pobreza a millones de mexicanos, adquiere el papel de «distraer», entrete-
ner y hacer olvidar las angustias del pueblo mexicano.

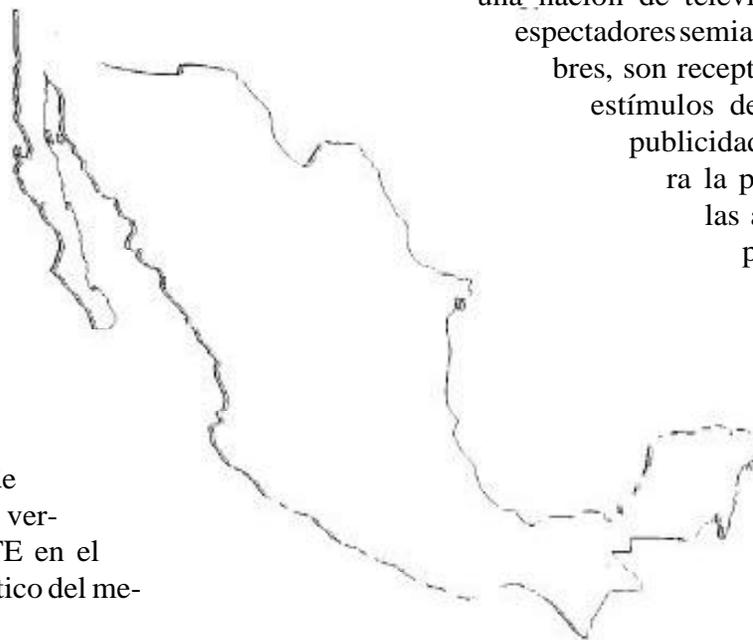


Por esas fechas el «International Televisión Almanac» hace notar la popularidad en México de la Televisión: Un aparato de televisión se ha convertido en México en artículo de primera necesidad. La urgencia de cada hogar mexicano por poseer un televisor es tan grande que numerosas familias pobres, que viven en auténticas chozas, se sienten orgullosas de tener un televisor. Esos hogares pueden carecer de servicios de agua potable, de estufa, refrigerador etc. pero todo es menos importante que un televisor.

El gobierno encabezado por Ruiz Cortínez en 1958 concedió al Instituto Politécnico Nacional el canal 11, desgraciadamente nadie lo ve. Con escasez permanente de recursos económicos ha sobrevivido durante más de 30 años a pesar de ser un verdadero OASIS DE ARTE en el desierto intelectual y estético del medio televisivo.

Correspondió a López Mateos expedir la primera ley federal de Radio y televisión, el 8 de enero de 1960 que fue al gusto de los concesionarios de la comunicación. Sin embargo durante toda su trayectoria, las llamadas industrias «culturales» (prensa, radio, televisión y cine) han sabido mantener una precavida autocensura con el fin de no malquistarse con el sistema o gobernante en turno.

En 1980 cuando se abrió en la cámara de Diputados un debate sobre el Derecho a la información -por demás garantizado por el Estado- en 1977 José López Portillo y por supuesto, también los diputados se hicieron sordos a los reclamos de los muchos oradores que exigían, entre otras cosas una política cultural que impidiera jurídicamente la manipulación informativa y diera voz e imagen a quienes carecen de voz y presencia en los medios. Por supuesto que los representantes de TELEVISIÓN se opusieron a esta reglamentación propuesta y GANARON y con esta acción se fortaleció el monopolio gubernamental e informativo en nuestro país.



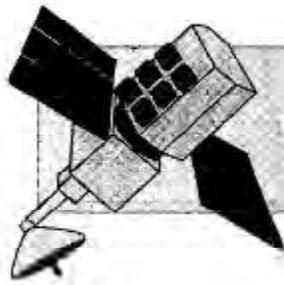
Desgraciadamente nuestro país es de teleniños y teledictos, esta conclusión es fruto de un estudio realizado por el Instituto Nacional del consumidor que en 1981 comprobó que los niños pasan en promedio anual 1,460 horas frente al televisor frente a las 920 que deberían pasar en la escuela. El autor Alan Riding sostiene que: «la incapacidad del estado para competir con TELEVISIÓN refleja su anticuada concepción del país». México se ha convertido en una nación de televidentes, e incluso los espectadores semianalfabetizados más pobres, son receptores de los complejos estímulos de los programas y la publicidad. La televisión es ahora la principal influencia en las actividades culturales, políticas y económicas de la población en general.

CANAL 13

Consiente de la enorme penetración y atractivo de la magia televisiva, el 15 de marzo de 1972, el gobierno compra un canal que desde 1968 compite con el monopolio de Azcarraga, dicho canal estaba concesionado por Francisco Aguirre que se declara en quiebra y Luis Echeverría ordena a la banca Somex que lo adquiera. Sin embargo, bajo la mirada escrutadora de la Secretaría de Gobernación es poco lo que han podido hacer sus directivos para crear una televisión alternativa.

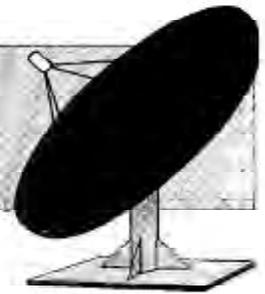
En la actualidad la televisión en México se reduce a ser la «nana» electrónica, obligada a entretener a millones de televidentes la programación estatal muchas veces peca de triviales telenovelas, noticieros censurados y más desinformativos que formativos contribuyen a mantener la paz y la estabilidad social, mucho mejor que con gases.

En privado Alan Riding afirma, algunos políticos sostienen que es mejor sacar lágrimas con telenovelas que con gases... si la nana mantiene a los niños tranquilos ¿para que cambiarla? ^L



AUDIOVISUALES

El audiovisual y la acción evangelizadora de la Iglesia.



Es necesario un plan de educación orientado, tanto a la percepción crítica, como a la capacidad de utilizar activa y creativamente los «medios de comunicación social» y su lenguaje, tomando en cuenta los símbolos culturales de nuestro pueblo. S. D. 284

Las ventajas de los medios audiovisuales son, entre otras, las siguientes:

- * **El valor didáctico.** Es la ventaja esencial del audio visual.
- * **Aceleran** el tiempo del aprendizaje.
- * **Disminuyen** el esfuerzo del comunicador.
- * **Avivan** el esfuerzo del receptor.
- * **Se aprende** más en menos tiempo.
- * **Motivan** a la conversión y al compromiso.
- * **Gran versatilidad**, ya que se adaptan a diferentes propósitos.

Además, el espíritu humano, en sus contactos con el mundo sensorial, demostrado por la observación, aprende todo lo que conoce en estas proporciones:

83 % a través del sentido de la vista.
11 % a través del sentido del oído.
3.5 % a través del sentido del olfato.
1.5 % a través del sentido del gusto.
1 % a través del sentido del tacto.

1.- EL MONTAJE AUDIOVISUAL O EL SONORAMA.

¿Qué es?

Es fundamentalmente una sucesión de fotografías transparentes y a colores, o en blanco y negro, que se exhiben a través de un proyector; que, combinadas con el sonido (música y efectos sonoros) y complementada con la palabra (texto), se proyectan en base a una narración organizada que comunica algunos mensajes doctrinales, promocio-

nales, publicidad etc. principalmente a través de la emoción que logran en el sujeto.

Están elaborados de acuerdo a un plan y programa de enseñanza ilustrada para alcanzar un fin.

¿Qué finalidad tiene?

Su finalidad puede ser muy variada:

- * Informar, presentar una realidad a través de documentos visuales y sonoros.
- * Identificar algún problema.
- * Hacer el análisis de un problema o situación social.
- * Estimular y / o motivar hacia determinadas acciones.
- * Sensibilizar ante algún problema o acontecimiento.
- * Capacitar mediante la presentación visualizada de un contenido que los destinatarios deben conocer.

Ahora bien, como son audiovisuales, su fuerza está en la imagen y en el sonido que deben ir en armonía. Pueden ser fijas y de movimiento. Las fijas, a su vez, se dividen en: opacas y transparentes: Así mismo las transparentes son de dos clases: diapositivas y transparencias.

2.- EL VIDEO.

Este recurso moderno y actual lo forman películas de corto metraje y que pueden realizarse casi del natural o de la vida diaria de las personas y grupos. Exigen un mínimo de organización, tanto en los argumentos o contenidos, como en la filmación. Las técnicas y los aparatos electrónicos (videocámaras, videograbadoras, televisores etc.) lo facilitan. Es un recurso de primer orden en la educación de las masas y de grandes posibilidades en la educación de la fe, por todas sus capacidades de impresión, asimilación y expresión visual y auditiva.

El **lenguaje audiovisual** es un lenguaje más estimulante, complejo, agresivo y provocador que el lenguaje verbal. Un lenguaje con una fuerte incidencia en la sensibilidad. Más sensitivo que racional; menos preciso pero más intuitivo; menos analítico pero más penetrante; menos riguroso pero con mayor fuerza expresiva. (J. Ferrés).

Transformados rápidamente en un medio más universal de lo que la mayoría de la gente cree, la televisión y en su respectivo lugar el video, pueden alcanzar a influir sobre las vidas de cada vez más millones de seres humanos.

Pueden elevar el nivel educativo y llegar a hogares sin acceso a libros y a otro tipo de material escrito.

Las imágenes tienen la ventaja de provocar una percepción global y producir un efecto instantáneo. La televisión y el video contienen el potencial para estimular la propagación del aprendizaje innovador propio de nuestro tiempo.

Su empleo en las tareas o ámbito de trabajo social o crecimiento religioso puede hacerse de dos maneras:

- * Utilizando programas de televisión que se emiten corrientemente, que se aprovechan como apoyo o punto de partida para una reflexión o actividad propia. Y
- * La elaboración de programas preparados especialmente para ser utilizados con esa finalidad, es decir, ajustados a una metodología, a un grupo, para una actividad específica.

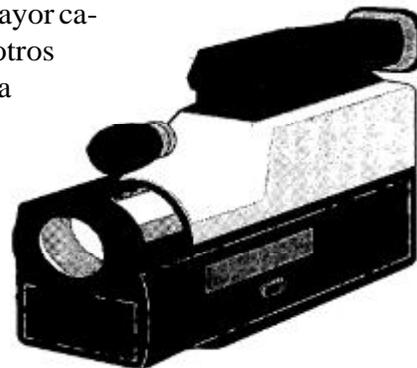
Como es de todos conocido, la televisión es hoy el medio más efectivo de comunicación y sería un grave error que, desde el campo de trabajo de la Iglesia, se rechacen esas posibilidades. Y al hablar de posibilidades, hay que referirse tanto al uso que puede darse para la formación del pueblo de Dios, como en el trabajo profesional propiamente dicho sobre este medio.

Con la evolución en la técnica del video, se puede decir que ya está disponible para ser usado por los grupos de acción pastoral y lo que hace falta es capacitar a los agentes para utilizarlo, de manera que se tenga, además de la biblioteca, una videoteca que permita crear una infraestructura audiovisual de apoyo a la formación de las conciencias de una manera crítica y de los creyentes en el conocimiento de las verdades de fe.

Como se ha dicho repetidas veces, el video es el audiovisual de la revolución electrónica, tal como el cine lo fue de la revolución industrial.

Ventajas del Video.

- * Es el medio de comunicación más efectivo por su poder de «impregnación»; tiene mayor capacidad que otros medios para despertar el interés y concentrar la atención.
- * Puede producir un fuerte impacto de promoción - motivación.
- * Su carácter de intimidad que le permite llegar a los hogares como si le estuviese hablando a cada uno de los telespectadores, aún cuando el mensaje sea impersonal.
- * Tiene todas las utilidades y funciones de cualquiera de las técnicas de comunicación, puesto que puede integrar en su propia acción, cine, fotografía, láminas, gráficos, dibujos, esquemas y todo tipo de elemento visual y auditivo.



Desventajas del Video:

- La producción de estos programas necesita de una mínima preparación y capacidad de la persona.
- El costo de producción es más elevado que el de otros medios.
- Requiere más tiempo para planear y producir los programas.

¿Cómo se hace?

Un programa de televisión, montado con todas las exigencias técnicas, requiere de mucho tiempo y dinero. Y por ahora es poco factible. Esta explicación está hecha más bien pensando en realizar programas de video, cada vez al alcance de más personas y con menos costo. Por otra parte, pueden hacerse programas en video que no requieren de técnicos muy especializados; un equipo de trabajo de animación, social o de pastoral, puede hacer sus programas. Sin embargo, conviene que dicho equipo reciba una mediana capacitación.

Lo mismo que para el uso de otras técnicas antes de comenzar las tareas propiamente dichas, hay que tener resuelto **qué** es lo que se desea comunicar, a quiénes, para qué, cómo hacerlo etc.

Como el audiovisual en su conjunto requiere de conocimientos sobre la imagen, a continuación exponemos: 1.- la elaboración de un audiovisual en general y 2.- datos sobre la imagen que es muy semejante para la fotografía, los sonogramas, los videos o programas de televisión.

Con esta ayuda podemos lograr dos cosas: 1ª saber hacer un programa, incursionando por estos métodos nuevos al servicio de la evangelización y 2ª intensificar un espíritu crítico de la imagen y el sonido en los medios de información y comunicación masiva.

Cómo hacer el audiovisual apropiado, adecuado, adaptado a:

Para realizar un montaje audiovisual hay que llevar a cabo una serie de tareas que, en general, pueden considerarse dentro de cuatro momentos:



- * plan de conjunto y organización del trabajo.
- * búsqueda de documentos e información.
- * elaboración del guión
- * realización y producción.

Vamos a verlos uno por uno.

1.- ELABORACIÓN DEL PLAN DE CONJUNTO Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO.

Se trata de un trabajo previo que condiciona buena parte de la eficacia del audiovisual. Poner en claro cinco cuestiones:

- a.- propósitos.... para qué vamos a hacer el audiovisual.
- b.- público..... a quiénes va destinado.
- c.- tema..... qué vamos a comunicar.
- d.- métodos y medios.....cómo vamos a comunicar.
- e.- medios disponibles.....con qué recursos contamos.

No se trata de escribir mucho; basta tener claro, los motivos del audiovisual; lo que si hay que desarrollar es el «tema», (punto c). Primero de forma genérica, luego de manera pormenorizada al elaborar el guión literario.

Hay que advertir que cada sección no se realiza de una sola vez, sino que todas van tomando cuerpo progresivamente, durante la realización.

2.- LA BÚSQUEDA DE DOCUMENTOS E INFORMACIÓN

Llamada también fase de información, como cuando se realiza un trabajo de investigación científica. Consiste en la búsqueda de la documentación e información básica acerca del tema central del audiovisual, y que sea seria y veraz.

Además, hay que plantearse la cuestión de cómo expresar dicha información en el audiovisual. Aquí es cuando se inicia un proceso «entrecruzado» y de mutuos acoplamientos entre las comisiones; por ejemplo, una idea puede llevarnos a la búsqueda de determinados documentos; una fotografía puede originar ideas. Lo importante es que en todo momento las diferentes tareas estén pensadas en términos audiovisuales. Es aconsejable, pues, que la realización de esta búsqueda se oriente en los tres aspectos que tiene la elaboración de un audiovisual: + el texto, + la imagen y + el sonido.

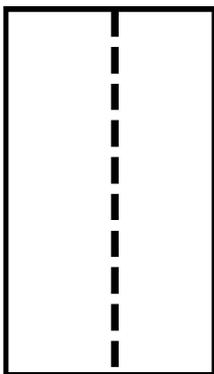
3.- ELABORACIÓN DEL GUIÓN LITERARIO.

La elaboración del guión es una «tarea puente» entre la búsqueda de documentos e información y la producción o montaje propiamente dicho. Se trata de una guía que sirve para describir la combinación de imagen, texto, y sonido según un orden de continuidad ya pensado desde antes: un buen guión indica con precisión: «qué se ha de mostrar» (en el audiovisual) y «qué se ha de decir» (con las imágenes, el sonido, el texto elegidos).

Esta tarea puede hacerse en dos fases:

- *.- En un primer momento se elabora el guión literario y el guión pictórico, (imágenes y su secuencia).
- *.- Luego, se incorpora el resto de los elementos: enumeración de las diapositivas, descripción de la imagen, sonido y tiempo (esta cuestión la desarrollaremos más adelante, al hablar de «guión de producción»).

En la práctica, el guión literario (desarrollo verbal del tema) y el pictórico (desarrollo visual del tema), se elaboran más o menos simultáneamente. Paralelo es muy útil utilizar una hoja dividida verticalmente en dos partes.



Ya sea un sonorama, un fotopalabra, un video; la elaboración de imágenes puede crearse o aprovecharse material ya existente. La cuestión fundamental es la de compatibilizar e integrar lo verbal con lo pictórico, en un conjunto a la vez armónico y progresivo. Hay que traducir todo al lenguaje audiovisual.

Cuestiones prácticas en la elaboración de un guión:

- *.- Se necesita un mínimo de 6 a 8 segundos para poder «leer» una imagen; el tiempo medio puede ser entre 7 y 13 segundos, (pero se admiten excepciones).
- *.- Si la diapositiva va acompañada de un texto hablado, tiene que aparecer 3 o 4 segundos antes de que comience la audición del texto.

4.- LA REALIZACIÓN O PRODUCCIÓN

Lo mismo que un discurso o conferencia, el plan de organización de un audiovisual tiene tres partes: introducción, cuerpo o desarrollo, y final o conclusión.

Lenguaje adecuado:

No se trata de «poner texto» a las imágenes, o de transmitir un mensaje escrito con imágenes que lo ilustran, sino de utilizar un lenguaje integrado a la imagen. Se ha dicho que un montaje audiovisual exige un lenguaje audiovisual que tiene estos puntos:

+.- cuidar la correspondencia entre lo que se ve y lo que se oye, de modo que asegure la unidad de armonía interna.

- +.- usar frases cortas; emplear sólo las palabras necesarias, con un estilo conciso y concreto.
- +.- vocabulario sencillo: no utilizar tecnicismos, palabras poco usuales o las que tienen interpretación equívoca.
- +.- eficaz: un lenguaje eficaz se logra evitando el uso de la voz pasiva; usando pronombres personales (no impersonales); reduciendo al mínimo el uso del gerundio y convirtiendo los sustantivos en verbos. Más aún, en la medida de lo posible, el mismo lenguaje debe ser audiovisual, esto es, debe emplear palabras que expresen realidades y no abstracciones.

El estilo puede ser: narrativo, dialogado, expositivo, descriptivo. (Para mayor claridad buscar en el diccionario estas voces).

El sonido:

Pasemos ahora al sonido en el audiovisual. Por definición, el audiovisual es una combinación de lo icónico (lo visual) y el sonido (el audio) que está formado por la voz, la música y los efectos sonoros que tienen una doble función: conductora, es decir, ayuda a desarrollar la línea de acción hasta el final, paso a paso, y ambientar, (es decir, ayuda a crear una atmósfera, a dar un cierto tono emocional. Mientras la imagen «muestra» es decir visualiza, ya que tiene un impacto fundamentalmente racional - objetivo) el sonido (música y efectos sonoros) causa un impacto emocional - subjetivo.

¿Qué hay que tener en cuenta para preparar la banda sonora?

- *.- que sea clara y agradable
- *.- que el sonido sea bueno, (se cuida con la sonoridad de la sala de grabación); las alfombras, cortinas, tapizados, moquetas, telas, todo lo que sea sólido, favorecen la sonoridad.
- *.- elección de la música y los efectos sonoros, sin llegar a los extremos de utilizar un solo tipo de música ni tampoco un «popurrí» que no permita un clima específico.
- *.- utilizar los micrófonos correctos y en buen estado.
- *.- la elección de la música para que dé:
 - a.- ritmo al montaje en general.
 - b.- producir un clima o atmósfera emocional apropiado.
 - c.- armonía, es decir le da vida a las imágenes.

La imagen:

Pasemos ahora a la imagen. Si el guión lleva un texto en el que se expresan ideas por medio de oraciones, la imagen visualiza el tema. Este es el momento de la elaboración del guión pictórico. Escribir pictóricamente es expresar ideas a través de imágenes.

De acuerdo al guión pictórico elegido, hay que elaborar las diapositivas; y para esta actividad existen cinco procedimientos, que pueden mezclarse:

- *.- fotografías tomadas directamente del natural.
- *.- comprar diapositivas o filminas ya preparadas.
- *.- reproducir documentos, revistas, películas.
- *.- dibujar las diapositivas.

REGLAS DE LA COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN:

Para una buena composición de la imagen, hay que tener en cuenta las cuatro reglas principales: (este tema sirve para la fotografía, el video, el cineforo y el video).

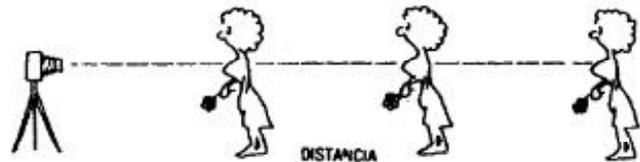
Para una buena composición de la imagen hay que tener en cuenta cuatro reglas principales:

1. La composición unitaria	{	a. distancia b. ángulo c. plano
2. La composición global	{	a. toma b. escena c. secuencia d. parte
3. La combinación armónica o continuidad pictórica	{	a. la consistencia b. la constancia lógica
4. La puntuación: transiciones o cambios	{	a. la acción b. de tiempo c. de lugar

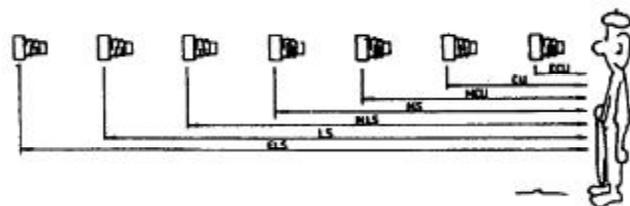
- 2.- composición global: toma, escena, secuencia, parte.
- 3.- combinación armónica o continuidad pictórica: la consistencia, la constancia lógica.
- 4.- la puntuación: transiciones o cambios: la acción, de tiempo, de lugar.

Veámoslos ahora en forma separada y visual:

Factores de la composición unitaria



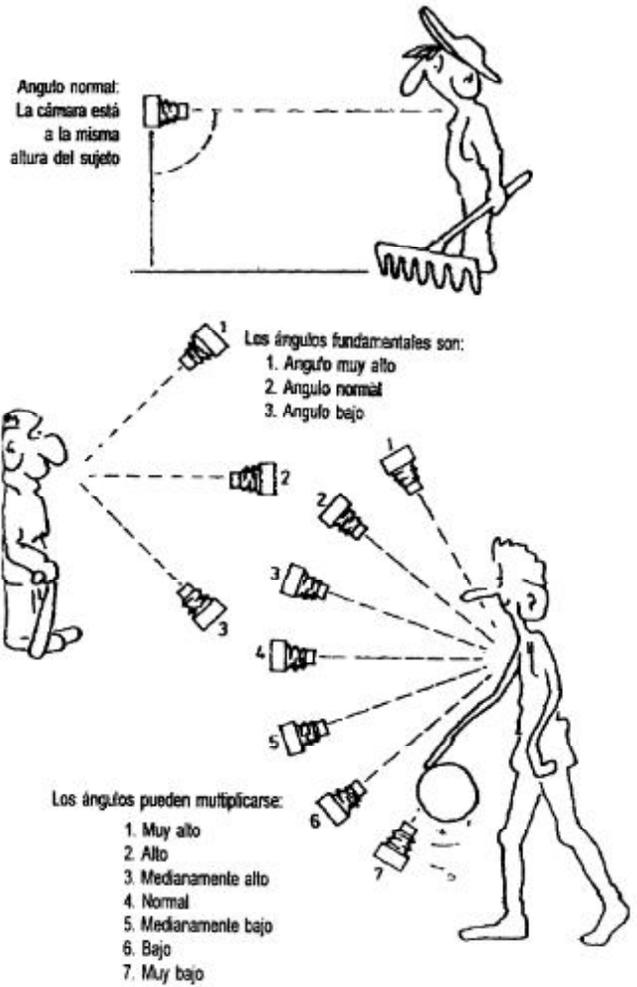
Distancia: (escala) se trata de una medida relativa que hace referencia a la distancia que existe entre la cámara y «aquello» que se quiere presentar y se refiere a la proporción del cuerpo humano que entra en el cuadro de la cámara.



1.- composición unitaria: distancia del objeto (la imagen), ángulo en que se mira (la imagen), plano de enfoque de (la imagen)

Angulo: Se denomina ángulo a la forma de colocación o altura de la cámara en relación al sujeto, es decir, el punto desde el cual la cámara enfoca al sujeto.

Siglas	Descripción	Imagen
ELS Extreme Long Shot (toma de muy larga distancia)	Cuerpo entero, más gran entorno y ambiente total	
LS Long Shot (toma de larga distancia)	Cuerpo entero más entorno próximo	
MLS Medium Long Shot (toma de mediana-larga distancia)	Exactamente el cuerpo entero y poco entorno o ambiente	
MS Medium Shot (toma de distancia intermedia)	Medio cuerpo; escaso ambiente, sólo en los costados	
MCU Medium Close Up (toma de distancia mediana-corta)	Busto; muy escaso ambiente a los costados	
CU Close Up (toma a distancia corta)	Sólo cabeza, con escasísimo ambiente a los costados	
ECU Extreme Close Up (toma a muy corta distancia)	Sólo un detalle de la cara (ojo, nariz, boca, etc.), sin ningún ambiente en absoluto.	



Ya sea en una fotografía, en una diapositiva y más aún en una filmación, no basta «mostrar» las figuras a una determinada distancia; hay que mostrarlas desde el ángulo o punto de vista que mejor diga lo que se quiere decir o enseñar. Porque el ángulo expresa también una opinión sobre las cosas o las personas y frecuentemente provoca una reacción psicológica en el espectador: lo «ve» disminuido, deprimido; o enaltecido o magnificado etc.

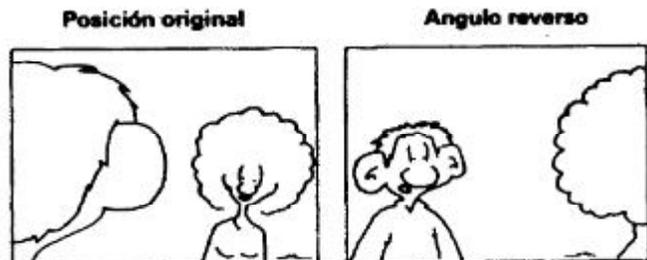
Los ángulos fundamentales son:

- A. Normal: La cámara se sitúa a la misma altura que la del sujeto, de modo que el espectador ve lo filmado como si mirara de pie y de frente.
 - A. Picado (ángulo alto) la cámara está hacia el suelo.
 - A. Contrapicado (ángulo bajo) La cámara está mirando hacia arriba.
- Vista de gusano. La cámara está situada a ras del suelo hacia arriba.

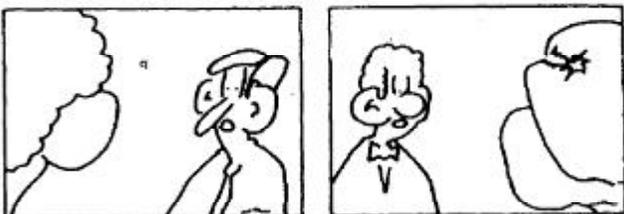
Vista de pájaro. La cámara está situada por encima de la figura.

A. Normal de diálogo: el sujeto se ve normal

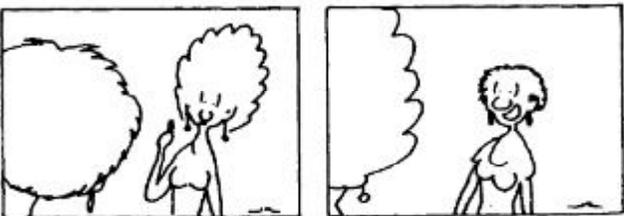
A. Reverso de «se cambia la escena vista diametralmente opuesta»



plano: En lo relativo a las relaciones cámara - sujeto, tenemos un tercer factor: el plano. Se trata de la posición o postura con que el fotógrafo enfoca al sujeto. Guarda estrecha relación con la distancia, arriba señalada.



El ángulo reverso falso es aquél en el que, además del cambio de ángulo, cambia la colocación de los sujetos.



Tienen importancia cuando se trata de presentar pedagógicamente algo y se quiere enseñar «desde donde lo haría el mismo espectador». Y los planos pueden ser:

- *.- de frente a la cámara.
- *.- de lado: derecho o izquierdo de la cámara.
- *.- de espaldas o por atrás.
- *.- oblicua o diagonalmente a la cámara.



Veamos ahora la **segunda parte**: la composición global.

Es una fase clave en la que se integra y combina parte del trabajo anterior, agrupando atinadamente las imágenes unitarias.

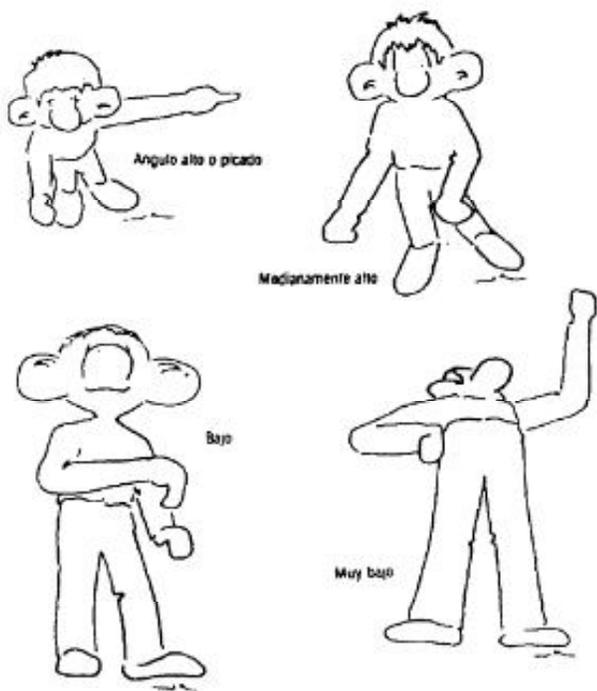
- *.- la toma: es la unidad básica, llamada fotograma;
- *.- la suma de tomas se llama escena y comunica una idea fundamental;
- *.- la suma de escenas se llama secuencia; desarrolla una idea completa;
- *.- la asociación de secuencias se llama parte.

Esta tarea de composición global se inicia en el mismo planteamiento del audiovisual, se esboza en el guión literario y se prevé en el guión pictórico y toma cuerpo en el guión de producción.

Veamos ahora la **tercera parte**: la **combinación armónica** o continuidad pictórica:

Consiste básicamente en dar continuidad a los elementos individuales y se hace de dos formas:

- *.- por medio de la consistencia de sujetos y objetos en la dirección de sus movimientos en el cuadro.



*.- por medio de la constancia lógica, haciendo que la ubicación y la apariencia, o sea los colores, vestimenta, aditamentos de los sujetos no cambien sin motivo.

Veamos ahora la **cuarta parte**: la **puntuación**: transiciones o cambios de la imagen.



El lenguaje de las series fotográficas también tiene su puntuación, que sirve para señalarle al público la división entre diferentes secuencias, escenas y tomas.

Sirven, como en un discurso o clase, para que los espectadores sepan cuando se pasa de un tema a otro, lo cual orienta al espectador y hace más asimilable el mensaje.

Los cambios son de: acción, de tiempo, de lugar, de movimiento

• cambio de acción



• cambio de tiempo



• cambio de lugar.



Estos cambios se pueden indicar oralmente en el guión o visualmente por rótulos.



Finalmente, queda el guión de producción. Consta de una hoja dividida en cinco columnas correlativas, conteniendo los siguientes elementos: número de diapositiva, descripción de la imagen, texto que lleva, música o efectos sonoros, tiempo que la veremos en pantalla y tiempo acumulado de todas las diapositivas.

Número diapositiva	Descripción Imagen	Texto	Sonido		Tiempo (en segundos)	
			Música	Efectos sonoros	de cada diapositiva	Acumulado

Una vez terminado el trabajo, dejarlo «reposar» algunos días, para luego proyectarlo ante un grupo, con el fin de analizar los efectos que produce. Esto permite advertir fallos, introducir correcciones y hacer retoques. Ahora, el montaje está terminado; hay que utilizarlo... hay que saber utilizarlo

Para **elaborar un programa de video** hay que atender por lo menos a los siguientes aspectos:

El equipo.

Hacemos referencia a la gente que ha de llevar adelante la realización del programa, y si pensamos en un programa de video, tenemos que considerar en el que ha de dirigir el programa y en los que han de aparecer ante las cámaras. Son el director y los actores, el primero requiere competencia, los segundos son personas corrientes, especialmente que tengan fotogenia es decir que resulten naturales y con personalidad.

Accesorios.

Son los artículos pequeños que son necesarios para realizar el programa: carteles, gráficos, signos etc.

Algunas recomendaciones prácticas:

- *.- los carteles deben ser claros y de rápida comprensión, en rectángulos.
- *.- las fotografías deben ser preferentemente de color mate ya que dan mejor imagen que las de brillo, y montarlas en cartón rígido de 21 por 27 centímetros

El escenario

Puede ser real, en el estudio, siempre acorde con el tema

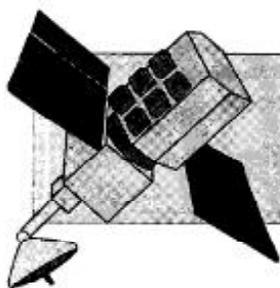
El guión

Cualquiera que sea la forma de realizar el programa se necesita un guión, aún cuando se trate de mesas redondas o debates en que las preguntas y respuestas no estén planificadas. Nunca se debe improvisar. ^L

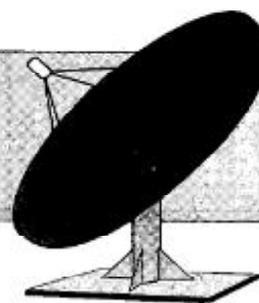
CUESTIONES PRÁCTICAS PARA QUIEN ESTÁ FRENTE A LA CÁMARA.

- *.- Mirar a la cámara mientras se habla o se está explicando algo a los espectadores.
- *.- Hablar más despacio que en la radio y utilizando el mismo tono que se tendría en una conversación amistosa.
- *.- Estar pendiente del tiempo transcurrido y atendiendo al director.
- *.- Cuidar de que los accesorios estén fuera de enfoque de las cámaras hasta el momento indicado.
- *.- Prever que los accesorios se sitúen fácilmente frente a la cámara
- *.- Cualquier ayuda visual a la que se recurra, debe ser presentada un mínimo de 30 segundos.
- *.- Controlar los propios gestos; casi siempre uno puede verse a través de un monitor. En general hay que disminuir la amplitud de los gestos, especialmente cuando se habla sentado. ^L





TELEVISIÓN, MEDIOS DE EDUCACIÓN



Tiempo que los niños latinoamericanos pasan ante el televisor:

De los 4 a los 6 años: 20 horas semanales.
De los 7 a los 12 años: 25 horas semanales.
De los 12 a los 18 años: 18 horas semanales.

(TV: INTOXICACION O COMUNICACION. Foro sobre televisión, educación y familia Ed. Paulinas. Colombia).

LA IMAGEN EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE.

- Predominio de la emotividad, que se impone sobre la racionalidad.
- El conocimiento se hace por influencias emotivas y por simpatía, lo cual tiene ventajas.
- Puede llegar a ser un auténtico saber o puede conducir a una masificación denigrante.
- Nivelación de costumbres.
- Existe el peligro de una uniformidad absoluta con riesgo de la pérdida de valores culturales autóctonos.
- Se nos transmiten imágenes con trans fondo ideológico.
- Los que manejan las imágenes sobre las cuales vamos a razonar, tienen unas ideas que tratan de vender.
- Nueva manera de adquirir ideas.
- Las ideas se van adquiriendo más por reacción psicológica y subjetiva frente a la imagen, que por razonamiento.

Actualmente un joven de 14 a 18 años que vive en la ciudad, por 10.000 horas de clases, pasa 15.000 horas mirando TV.

Si este joven tiene 18 años, quiere decir que 2 años de su vida los ha pasado delante del televisor.

Efectos positivos de la TV en los niños:

- Ensancha su horizonte de interés.
- Hace al niño más imaginativo.
- Le impulsa hacia el compromiso social.
- Visión más global del mundo.
- Le estimula al diálogo.
- Le ayuda a utilizar un lenguaje más apropiado.
- Le lleva a desarrollar el gusto estético y la afectividad.

Efectos negativos de la TV en los niños:

- Le induce a la pasividad.
- Le evade de la realidad.
- No desarrolla la creatividad.
- Aumento de la dependencia.
- Le empuja hacia el consumismo y la alineación.
- Le induce a imitar modelos ajenos a su cultura.

Es sedante porque:

- Nos evade de la realidad.
- Crea un ambiente idealizado.
- Adormece la criticidad.
- Hace soñar con situaciones irreales.
- Genera pasividad.
- Impulsa a la identificación con personajes de éxito.
- Lleva al conformismo o a las soluciones fáciles.

Es estimulante porque:

- Induce a la violencia y a la agresividad.
- Impulsa sentimientos de odio y de venganza.
- Lleva a la imitación de técnicas de ataque y defensa personal.
- Estimula actitudes de autoritarismo y verticalismo.

**LENGUAJE DE LA IMAGEN.
CANONES DE COMPORTAMIENTO**

- Hedonistas y superficiales
- disfrutar la vida aunque sea a costa de otros
- búsqueda obsesiva de prestigio, dinero, belleza física, diversión.
- aunque sea robando, matando, engañando
- con aventuras y emociones, aunque traigan decepciones y traiciones
- así se logra la felicidad.

IMAGEN.

La imagen se parece a la realidad visual. Aunque no sabemos quiénes son las personas representadas, podemos reconocer algo de nuestra realidad. Tal vez la foto nos hace pensar en mujeres que conocemos.



La imagen nos permite leer casi inmediatamente lo que representa, en sus partes y totalidad.

En términos generales, la imagen tiene una gran capacidad expresiva. Nos fascina a todos. Por eso, no sorprende que la imagen juegue un papel tan importante en la comunicación y en la vida cotidiana.

TEXTO

El texto no tiene ninguna semejanza con la realidad visual; sus letras y palabras forman sólo una masa gris.

El texto no lo podemos leer de un solo vistazo. Para captar su mensaje, tenemos que leerlo desde la primera hasta la última palabra.

Supone mucho más trabajo para nuestra memoria el retener el mensaje de un texto que el de una imagen.



LA IMAGEN

- Es signo de personas y cosas concretas, con fuerte dosis de realismo.
- Es signo dinámico, no estático, y siempre va encajando en una secuencia temporal.
- Es signo con gran contenido de información: la imagen de una persona, por ejemplo, nos ofrece información sobre su estatura, edad, expresión de sus rostro, gestos, color de su pelo, vestuario...
- Es signo con gran potencial afectivo: la imagen provoca en nosotros sentimientos, recuerdos, emociones...

El mundo de la imagen y de la música rítmica es siempre sugerente, evocador, contiene emotividad, fantasía...



El lenguaje televisivo cultiva la emoción, la fantasía, el placer visual. Estimula el deseo, el consumo, la afectividad, la curiosidad, la sensualidad..., por todo ello, ¿no nos está anunciando la muerte, a corto plazo, de la razón analítica...?

Partiendo de la constatación de que el lenguaje televisivo está afectando las bases mismas de nuestra sociedad, se trata de buscar una real complementariedad. Hay que elaborar una nueva síntesis entre el lenguaje analítico y racionalizado. La eficiencia cultural del medio televisivo es diferente a la eficiencia de la palabra oral o escrita. Lo verbal es más preciso, pero el lenguaje de la imagen es más afectivo y globalizador. Hay que llegar a una original y necesaria síntesis cultural.

ESTEREOTIPOS QUE PRESENTA LA TV.

- 1.- El seductor, apuesto y seguro de sí mismo, será un hombre blanco, y la magia de la conquista estará relacionada con sus cualidades físicas, con una lujosa mansión, con un coche ultimo modelo y con elegantes trajes.
 - 2.- La gente pobre es ignorante, desadaptada social, sospechosa, maleante. En los seriales norteamericanos, los latinos y los negros han de ser, invariablemente, corruptos y pendencieros. El norteamericano será símbolo de justicia, de valentía y honradez.
 - 3.- En las telenovelas, la mujer que corre a cargo de los principales papeles, será bella, elegante, frívola, sumisa, alineada, derrochadora, superficial...
 - 4.- Frecuentemente, en las telenovelas, los hijos pasan a ser algo secundario en la vida de los personajes. Todo gira alrededor de sus amores y amoríos. Sólo en los hogares humildes, donde la madre aparece sencilla y muy trabajadora, los niños tendrán el lugar que les corresponde.
 - 5.- El policía o detective, como guardianes del orden establecido, nunca llegarán a cuestionarlo y ver si realmente es justo. Cumplen las órdenes que les dan como robots, mecánicamente.
- Nunca se analizan en el tipo malo las causas personales, familiares o sociales de su maldad.

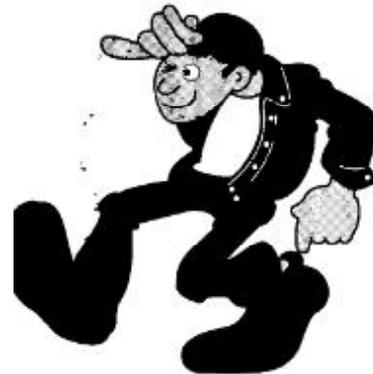
SISTEMAS DE COMUNICACION EN TV.

- a. El sistema de la realidad sonora que se refiere a las realidades acústicas de todo tipo, tanto naturales como creadas por el hombre, entre las cuales están, el sistema de silencio y el sistema musical.
- b. El sistema visual que es el más amplio, incluye todos los sistemas de comunicación y significación relacionados con la vista y la psicología de la percepción.
- c. El sistema de transformación audiovisual, donde se incluye todo lo referente a la selección visual y sonora de la realidad, el movimiento de cámara y el montaje.

Lo importante es que cada elemento o sistema del lenguaje televisivo tiene su propia autonomía, pero también sus formas de relaciones con los otros. Además, cada uno de ellos y sus conjugaciones producen significaciones decisivas.

EFFECTOS.

- Desarrolla la emotividad.
- Adquiere predominio de lo inductivo sobre lo deductivo o analítico.
- Percibe la realidad sintéticamente, de un modo rico y complejo.
- Desarrolla el conocimiento a través de los sentidos. Hay captación sensorial y real, en lugar de la abstracción.
- Desea llegar al conocimiento de manera directa e inmediata.
- Desarrolla una inteligencia organizadora y comprensiva, aunque no deductiva y reflexiva.



La televisión contribuye:

- a agudizar esas disociaciones o rupturas internas,
- a sentirnos impotentes frente a situaciones anómalas, totalmente alejadas de nuestro mundo real;
- a evadirnos de la lucha cotidiana por la vida;
- a mostrarnos un mundo irreal en el que nada podemos hacer por cambiarlos;
- a proponernos un recetario concreto para todas las situaciones;
- a generar en nosotros mecanismos de fuga que nos permiten sentirnos bien o superar aparentemente nuestras angustias e insatisfacciones;
- a canalizar equivocadamente las energías emocionales.

LOS GRANDES IDOLOS QUE PROMUEVE LA T.V.

Objetivo :

- Penetrar con profundidad y con sentido crítico en la influencia que ejercen los grandes ídolos del cine y la televisión y analizar sus consecuencias.



Guía de trabajo:

- Observar la figura y guiarse por las pautas que se dan, en cada una de las partes del personaje, para su descripción.
- Contestar a la guía de interpretación.
- Si se trabaja en grupos, confrontar, en plenario los resultados y debatir el tema de la influencia de los ídolos en la niñez y juventud.

Guía de omterpretación:

- 1.- Descríbelo a grandes rasgos:
- 2.- ¿En qué radica su impacto, su atractivo: ojos, estatura, acciones, fuerza...?
- 3.- ¿Qué mentalidad transmite?
- 4.- ¿Qué elementos normales posee y cuáles sobre dimensionados?
- 5.- ¿Cuál es el objetivo que quiere alcanzar?
- 6.- Valores y antivalores que transmite
- 7.- Razones que explican la identificación con este personaje.
- 8.- Efectos concretos que produce en los espectadores

Tipos de lenguaje:

Intenciones

Instrumentos que utiliza:

Poder

Tipos de sentimientos: apasionado, fiel, infiel, vengativo...

¿Qué motiva sus acciones: sentido ético o pragmático...

¿Qué persigue en la vida?

Sentido crítico frente a la televisión

Fantasía en vez de realidad

Perdimos la capacidad de captar diferencia entre verdades útiles e inútiles; entre fantasía y realidad.

Conocemos a los personajes que les interesa a la empresa por su rentabilidad, mejor que a nuestros vecinos. Aún las noticias se convirtieron en show.

Se venden sueños, pensando que consumir, hace feliz. Trabaja a nivel inconsciente.

Una gran parte del contenido de la televisión se vuelve contra el desarrollo, como los anuncios y los programas de entretenimiento, que fomentan el consumismo, y crea desventaja en los televidentes pobres.

Los programas educativos fomentados por el gobierno alcanzan sólo a una minoría, y son juzgados de aburridos.

La televisión crea dependencia: hipnotizándolos frente al televisor.

Es una invasión cultural, que amenaza nuestros valores.

- Suscita actitudes imitativas, apagando creatividad.
- Sustrae de la lectura y reflexión.
- Incita al consumismo y a la violencia.
- Presenta modelos de vida extranjeros
- Degrada la dignidad de la mujer.
- Vende ídolos de barro.
- El público receptor es un destinatario pasivo o un depositario cómplice.
- Proyecta valores de poder, prestigio, dinero, violencia, hombres fuertes, rubios, superseguros de sí, o mujeres bellas, ricas, que juegan constantemente con los sentimientos; una vida fácil, en la que no se trabaja. Se triunfa a base de sobornos o engaños.
- Pone en juego mecanismos de compensación de las propias carencias.

Receptor:

- 1.- El receptor recibe el mensaje pasivamente.
- 2.- Se identifica con los modelos que presentan los M.C.S. y trata de imitarlos.
- 3.- Es tele-dependiente.
- 4.- Es un número más entre los receptores del mensaje.
- 5.- Copia, imita, repite.
- 6.- Carece de disciplina y de capacidad de selección, sobre todo frente al televisor.

Perceptor:

- 1.- El perceptor trata de interpretar el mensaje.
- 2.- Es crítico frente a los modelos que nos presentan los M.C.S.
- 3.- Es libre frente a los M.C.S.
- 4.- Se juzga a sí mismo como un interlocutor que tiene formada su propia opinión.
- 5.- Observa, analiza y discierne.
- 6.- Sabe seleccionar lo que le conviene. La programación televisiva está subordinada a su propia decisión.

Mecanismo de fuga

a) El Autoritarismo.

Se busca una identificación con el poder, en un intento de compensar los propios errores. Incorporamos a nuestro propio ser las características super-poderosas de los grandes héroes que nos presenta la televisión.

El televidente llega a disfrutar de una especie de pseudo-autonomía.

Hay fascinación por la autoridad y por el ejercicio indiscriminado del mando.

En el fondo, se da una atracción seductora hacia los poderosos, hacia los triunfadores y, desprecio hacia los vecinos, hacia los sin-poder.

b) La Destructividad.

Pretende solucionar el problema de su propio impotencial frente al mundo, eliminando ficticiamente a los demás.

Busca, ante todo, la destrucción del otro.

No pocas veces es racionalizado, a través de falsos conceptos de patriotismo o de amor a la justicia.

Es el caso de Rambo, de He-man y otros falsos super héroes.

c) El Conformismo.

Es la fuga de la propia autonomía mediante la adopción de los patrones sociales establecidos, prescindiendo de otros criterios.

Abdican de su propia originalidad en un proceso a-crítico de aceptación de las normas establecidas.

Buscando en ello una falsa seguridad.

Es incorporar a un nuevo ser un yo colectivo que entra a ocupar el lugar que le correspondería a el yo auténtico y original.

Para superar estos mecanismos de fuga es necesario, en primer lugar, tomar conciencia de que, en alguna medida, toda persona poco formada, puede ser víctima de ellos.

A los mecanismos de fuga tendríamos que añadir también los mecanismos de compensación, muy perceptibles también en las personas tele-dependientes. Los mecanismos de compensación se expresan en sentimientos profundos de distracción,

imitación de modelos, huída de trabajo y de sus propias responsabilidades y en la idealización de las situaciones.

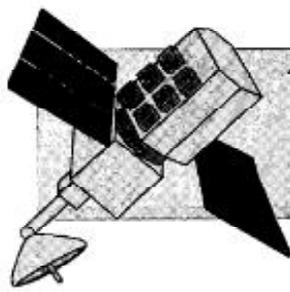
Métodos de desinformación

- Informar lo contrario de lo acontecido.
- Informar sólo una parte de lo acaecido. Esta forma de manipular los acontecimientos es más usada que la anterior pues siempre puede la Agencia defenderse diciendo que lo que informó fue real.
 - Suprimir una parte importante de una cita, de un discurso, o de una declaración, de modo que el pensamiento del autor aparezca tergiversado.
 - Distorsionar los hechos, cambiando a los responsables o añadiendo circunstancias agravantes o atenuantes, según los intereses y las intenciones ocultas de quienes nos informan.
 - Encabezar las noticias con títulos tendenciosos o totalmente desproporcionados. Mucha gente sólo lee los títulos de los periódicos; o escucha únicamente el adelanto de la noticia en televisión, sin analizar el desarrollo total de la noticia.
- Uso de calificativos descalificadores o uso tendencioso de las comillas, dando una connotación de desprecio o de escepticismo.
- Simulación de estilo objetivo para dar falsa apariencia de veracidad a las informaciones más engañosas.



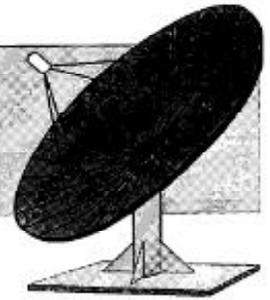
ALGUNAS ORIENTACIONES

- El área de la ética, que en términos generales guarda relación con los fines y responde a las preguntas si es bueno o malo, positivo o negativo, conveniente o nocivo... etc.
- El área ideológico-político que trata de percibir la ideología que subyace en el mensaje que se nos da. Generalmente se nos transmiten valores burgueses, propios del sistema capitalista y de las clases dominantes: individualismo, materialismo práctico, consumismo, violencia, sexismo, modelos de vida extranjerizantes... etc.
- El área psicológica trata de analizar los efectos internos de los mensajes sobre las personas concretas y cómo influyen sobre su propia conducta: consecuencias en el comportamiento de los niños, de los jóvenes... etc.



TRANSMISIÓN DE LA MISA POR TELEVISIÓN

(GUADALAJARA)



Respondiendo a las necesidades de la Nueva Evangelización que requiere nuevas formas de expresión y al documento conciliar «Intermirifica», que recomienda se sostenga eficazmente los programas televisivos y se fomenten con todo interés las emisiones católicas, mediante las cuales los oyentes y los espectadores se sientan estimulados a participar en la vida de la Iglesia y se compenetren con las verdades religiosas (Im 14), se iniciará, Dios mediante, la transmisión de la Misa por televisión a partir del 1 de octubre del año en curso.

Como es sabido, corresponde al Ordinario la aprobación de un proyecto como este (cfr. Sgda. Cong. de los Ritos, Instrucción sobre la Música Sacra y la Liturgia, 74), es por ello que, después de hacer las consultas respectivas, apruebo y recomiendo esta iniciativa que, conjuntamente presentan el Equipo de la Oficina de Prensa y Comunicaciones del Arzobispado y el Canal 4 de Televisa Guadalajara.

La Iglesia, desde su fundación, ha buscado la forma de estar cerca de sus fieles, y ha respondido de diferentes formas según las circunstancias históricas y las posibilidades que se les presenten. Ahora, en concreto, la celebración en TV nos ofrece crear nuevos tipos de presencia, de reunión, de comunión y participación. Queremos que cumpla una verdadera función evangelizadora. Por lo tanto, es importante hacer algunas recomendaciones a los católicos respecto a esta iniciativa:

1.- Es evidente que las personas que participan a través de la televisión en la Santa Misa, no cumplen con el precepto de santificar las fiestas, si pudiendo asistir a su templo, optan por quedarse en casa. Se debe evitar que los fieles se sientan dispensados de una participación directa en la comunidad a la que pertenecen.

2.- Se debe instruir a los fieles de que no es un espectáculo para ver pasivamente, sino participando desde sus casas, mediante el uso de signos y gestos que ayuden a expresar mejor su comunión con la Asamblea. Y a los que estén dentro del templo, se les debe preparar para que asuman una actitud de verdadera participación, sin dejarse distraer por las tomas televisivas o interferencias.

3.- Se debe cuidar que las celebraciones no desorienten y confundan a los fieles que ordinariamente no acudan al templo.

4.- Partiendo de que nuestra tarea es evangelizar, el objetivo de la transmisión es múltiple. Señalo algunos aspectos que pueden favorecer la transmisión de la Misa por televisión:

- Puede favorecer la participación de personas impedidas (enfermos, ancianos, encarcelados, etc.).

- Puede llegar a los alejados física -por no tener templos cercanos- o moralmente de la Iglesia a la que pertenecen.

- Puede ser un momento litúrgico-catequístico tanto para los que van a Misa como para los que no van -que son la mayoría de los católicos-, pero con la intención de promover su asistencia a su comunidad parroquial.

- Se puede dar testimonio de nuestra fe a través de una liturgia bien preparada que sirve de estímulo a quienes la ven para una mejor participación en las asambleas litúrgicas, y mueve el entendimiento y el corazón de los fieles.

- Puede ayudar a la comunidad respectiva a tomar conciencia de una mejor preparación, tanto del sacerdote como de los fieles laicos, para la celebración de los ritos sagrados.

5.- Se buscará que la transmisión sea siempre en directo y de un templo donde una verdadera comunidad se encuentre, y que sea alguno de los

sacerdotes encargados de la parroquia el que presida, lo mismo que los miembros y coros que participen.

6.- Un sacerdote encargado de la Misa por TV visitará con anterioridad la comunidad de donde se transmitirá para ponerse de acuerdo con las personas respectivas encargadas de la celebración sobre asuntos que conciernen a la transmisión, la cual será quincenal en horario fijo.

Ya se ha platicado con algunos señores párrocos que han aceptado la transmisión de una Misa en su comunidad; es por esto que se tiene ya una calendarización hecha hasta el domingo 24 de diciembre. De esta forma se seguirá pidiendo la colaboración de más parroquias. Si algún párroco no ha recibido la invitación a participar, puede solicitarlo a la Oficina de Prensa del Arzobispado. No se ha querido excluir a nadie de antemano, sólo que algunos se tenía que empezar.

No se quiere reducir la presencia de la Iglesia en la TV a la transmisión de la Misa, sino que esperamos que esta iniciativa abra la puerta para la transmisión de otro tipo de programas religiosos.

LA MISA POR TELEVISION.

Los que trabajamos en la Oficina de Prensa del Arzobispado de Guadalajara, presentamos el proyecto para transmitir la Misa por televisión.

Respondiendo al documento conciliar «Inter mirifica»; que recomienda se sostengan eficazmente los programas televisivos y se fomenten con todo interés las emisiones católicas, mediante las cuales los oyentes y los espectadores se sientan

estimulados a participar en la vida de la Iglesia y se compenetren con las verdades religiosas (IM 14), hemos querido presentar estas condiciones:

La Iglesia, desde su fundación, ha buscado la forma de estar cerca de sus fieles, y ha respondido de diferentes formas según las circunstancias históricas y las posibilidades que se le presenten. Ahora, en concreto, en TV nos ofrece crear nuevos tipos de presencia, de reunión, de comunión y participación.



EXPERIENCIAS DE TRANSMISION DE LA MISA POR TELEVISION.

1.- EN ITALIA

La Misa se transmite siempre de un templo donde una verdadera comunidad se encuentra; en otras palabras, jamás se celebra en un estudio televisivo. La oficina nacional para las Comunicaciones Sociales elige el templo, respondiendo a las solicitudes, siguiendo el criterio de la agilidad técnica, de la compatibilidad económica, de una distribución ecuánime sobre el territorio (esta transmisión es muy apreciable).

La duración de la transmisión de la Misa ordinaria es de 54 minutos y 57 segundos.

2.- EN FRANCIA

La Misa se transmite siempre en directo, de lugares muy diversos. La elección de las localidades se hace según dos criterios principales:

- El primero es la calidad de testimonios, es decir de la oración, de la fe, de la comunión de la parroquia y de la comunidad cristiana en la cual se desarrolla la Misa.
- El segundo es la necesidad de diversidad geográfica, pero también estilo de comunidad: jóvenes, estudiantes, hospitales, comunidades religiosas en la ciudad, en zonas rurales, etc. Quieren mostrar imágenes diversas de Iglesia.

Es cierto que nos fijamos en la belleza del edificio, en la belleza litúrgica, pero éstos no son puntos decisivos. Esta Misa no se dirige solamente a los que están enfermos y los ancianos. La ayuda se extiende también a los campesinos, en las regiones donde los sacerdotes son cada vez menos numerosos. Estamos verdaderamente impresionados de la participación de este público en la Misa por TV. Para ellos no es un espectáculo para ver pasivamente: delante de la televisión se ponen de pie para el Evangelio, hacen el signo de la cruz, se arrodillan, hasta se visten con el vestido de domingo, aún estando en su propia casa. Si alguien les lleva la comunión, comulgan durante la Misa.

Añade el responsable: Una tercera parte participan en la Misa por TV. Hay gente que aún yendo al templo para la Misa, regresa pronto a casa para ver la Misa por TV. Interesa sobretodo la predicación, la cual es muy apreciada. Con este objeto hemos elegido un grupo de predicadores y los llevamos con nosotros, en las varias localidades en las cuales se transmite el programa. El público se interesa también en ver cómo se desarrolla la liturgia en otras partes y por escuchar cantos nuevos.

Respecto a su carácter evangelizador, apunta: Buscamos prestar grande atención también a la gente que no se anime a ir al templo por la dificultad espiritual, y que todavía desea mantener una conexión con la Iglesia. Los Medios han desarrollado un nuevo modo de pertenecer a un grupo social cualquiera. En síntesis, nos parece que hoy la Misa por TV cumple una verdadera función evangelizadora, a través de un valor de testimonio.

3.- TESTIMONIO DEL PADRE CIRO SARNATARO.

1.- Los protagonistas (sujetos y destinatarios) de la Transmisión.

- La Misa no es ciertamente la Misa del celebrante o la Misa de la comunidad desde la cual se efectúa la transmisión: es la Misa del director, es el sentido de que él es el responsable y el protagonista principal de la transmisión.
- No es cierto que se dirige a los fieles presentes en el templo a quienes se dirige la transmisión: ellos no pueden darse cuenta de las imágenes que van en onda, ni pueden escuchar el comentario que lo precede, acompaña o concluye la transmisión: la Misa en TV va dirigida a los telespectadores, a los cuales intenta ofrecer un servicio religioso de grande significado.
- La experiencia atestigua que entre los telespectadores no hay solamente personas ancianas o enfermas o impedidas para salir de casa; va creciendo el número de personas que ven la misa y no pertenecen a ninguna de estas categorías, y presentan un cuadro muy serio de motivaciones muy variadas pero aceptables: hay alguno que sigue la Misa por TV sin faltar a la misa en su propia comunidad, por el deseo de ver una comunidad diversa, por escuchar una predicación, canto, el comentario litúrgico que en general son bien hechos: para completar algunas obras de arte que no se tiene oportunidad de ver, así como la TV las presenta.

2.- De todas estas transmisiones de la Misa por TV, algunas son realizadas bajo la dirección de la misma Iglesia, otras en colaboración con otras instituciones de TV o comerciales.

La Arquidiócesis de Guadalajara cuenta con una población de más de 6 millones de habitantes, de los cuales el 92% se profesan católicos, con poco más de mil sacerdotes diocesanos y religiosos para su atención, lo que da un promedio de 6,000 personas por sacerdote, pero, la inmensa mayoría de católicos se queda sin un contacto con la Iglesia a la que pertenece.

Además, el porcentaje de católicos que asisten a Misa los domingos, desgraciadamente apenas llega al 20%. Por otra parte, nuestra ciudad, gracias al creciente urbanismo, no está exenta de las concen-

traciones enormes de gente en las periferias, espacios en los que todavía no se cuenta con templos cercanos para la participación en la eucaristía.

Dado que cada vez aumenta el número de personas que ven TV, permite la evangelización de gran número de personas, familias y grupos, inclusive de aquellas que no pueden o no tienen interés por escuchar la Palabra en los templos, que no tendrían siquiera la idea de celebrar su vida en una liturgia eclesial.

Es de gran ayuda a los enfermos y a las personas ancianas (y en general a las personas impedidas) que no pueden participar directamente en la vida de la Parroquia (esto exigiría una colaboración con la Pastoral de la Salud), y para los cuales proporciona consuelo y facilitan el encuentro con Dios y con la Iglesia.

Puede llamar la atención de muchas personas, las cuales, alejadas de la Iglesia, o incluso escépticas e indiferentes, tienen una necesidad inconsciente de alimento espiritual (cfr. CP 150).

Siendo bien preparadas, sirven de estímulo y educan a quienes las ven para una mejor participación en las asambleas litúrgicas. Cuestionan, además, la manera como otros celebran la Misa, y hasta se puede purificar la religiosidad popular.

Sin substituir la participación y la presencia personal, puede ser un complemento que despierte el deseo de tomar parte en las asambleas litúrgicas.

Puede favorecer el contacto entre los fieles de diferentes comunidades y enriquecer su vida espiritual.

Una digna celebración eucarística puede influir sobre el sentimiento, sobre el sentimiento y sobre la mentalidad de muchas personas.

Nos ayuda a establecer una colaboración y un mutuo entendimiento entre los responsables católicos del sector de transmisión religiosa a través

de la televisión y los responsables de las instituciones televisivas. Favorece la relación de amistad y servicio entre ambos (Pastoral de los medios de comunicación).

Sintiendo la necesidad de suscitar en torno a los contenidos de la celebración un compromiso consciente y eficaz, y buscando que la transmisión se haga más atrayente gracias a su calidad técnica y artística, puede aumentar la audiencia de la Misa por TV.

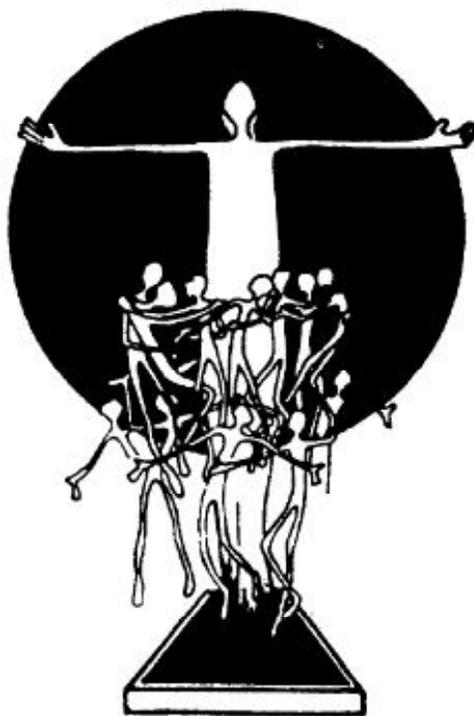
Cuando las acciones litúrgicas están encarnadas en la situación de la comunidad, facilitan a los perceptores ser también ellos conscientes de los problemas de la Iglesia y asumir sus responsabilidades como cristianos.

Se puede complementar la transmisión de la Misa con explicaciones sobre el tiempo litúrgico, con noticias de la vida de la comunidad y de la Iglesia, y con informaciones diversas.

Por supuesto que la Misa por TV no da la respuesta total a las limitaciones pastorales anteriores, pero si ayuda a que la Iglesia llegue a más fieles para que reciban una evangelización; fieles que de por si

no se acercan al templo.

Tampoco se busca reducir la presencia de la Iglesia en la TV a la transmisión de la Misa, pero hasta el momento, con la excepción del mensaje semanal del Emmo. Sr. Cardenal D. Juan Sandoval Iñiguez en Canal 6, es la única oferta estable propuesta por los canales 4, 9 y 21 de Guadalajara. Esporádicamente hemos estado presentes en TV y, de hecho, enviamos materiales de carácter informativo-formativo religioso y cultural para ser transmitidos, pero no existe otro espacio dentro de este medio de comunicación. Esta iniciativa puede ser la puerta de entrada para la transmisión de otro tipo de programas religiosos.



II. COMPROMISO PARA LA TRANSMISION DE LA MISA POR TV.

Todos aquellos que desarrollan una parte en la función sagrada, deben estar bien preparados, para que resulte una celebración digna y de acuerdo a las rúbricas, realizada con discreción y decoro, bajo la dirección de personas competentes (SC 20).

Si en cualquier transmisión religiosa se exige dignidad, una relevancia particular se espera en las transmisiones de la Misa...; deben ser preparadas con el máximo esmero, tanto desde el punto de vista litúrgico como del punto de vista técnico (CP 151), por lo tanto, preocupación de todos los que intervengan en esta realización, la de un continuo perfeccionamiento en el contenido y en los aspectos técnicos de estas celebraciones.

Se pretende, además, que los lugares, las personas, los signos, los textos, los cantos, etc..., reflejen la sacralidad de lo que se está celebrando. Deben ser verdaderas celebraciones.

La intención es que la transmisión sea un testimonio del pueblo que escucha, ora, canta, y de esta forma, profesa su fe. Por lo tanto, se buscará crear lazos de unión, proclamar la fe y ejercer la participación eclesial.

Con la Misa por TV queremos colaborar en darle una dimensión de culto a la vida diaria de las personas, reforzar la unidad entre las familias, y la unión entre las diferentes comunidades de nuestra diócesis.

No se pretende usar la transmisión como un altoparlante que extienda prodigiosamente la voz del celebrante, sino que se trata de sustituir un lenguaje por otro, pero manteniendo lo sustancial del sacrificio eucarístico.

Pretendemos que la Liturgia en los medios de comunicación promueve la pastoral orgánica. Sólo mediante una acción conjunta en la pastoral eclesial la Liturgia en los medios de comunicación podrá ser elemento de la misma. En estas condiciones, la Liturgia celebrada en los medios de comunicación social se hace expresión, soporte y animación de la acción orgánica de la Iglesia diocesana.

III. ALGUNOS CRITERIOS PARA LA REALIZACION.

- 1.- Los televidentes de la Santa Misa no cumplen el precepto de santificar las fiestas sólo con verla por TV.
- 2.- Las homilías deben adaptarse al lenguaje del medio utilizado; los celebrantes deben tener una preparación y un conocimiento práctico de las técnicas de transmisión (cfr. CP 152).
- 3.- El público ve automáticamente en aquellos que toman parte en las transmisiones religiosas, los portavoces oficiales de la Iglesia, por lo tanto, debemos darnos cuenta de esta responsabilidad y esforzarnos por evitar posibles confusiones (cfr. CP 154).
- 4.- Preferir templos litúrgicamente idóneos, ordinariamente de comunidades parroquiales.
- 5.- Las personas que participen en la celebración no sean extrañas a la comunidad local.
- 6.- Preparar a la comunidad que va a participar, de tal modo que asuman una actitud de verdadera participación, sin dejarse distraer de las tomas televisivas, pero también evitando hacer ver el mayor número posible de personas.
- 7.- Invitar a los grupos que siguen la transmisión a que participen en la acción litúrgica mediante ritos y gestos que ayuden expresar mejor su comunión con la Asamblea.
- 8.- No transmitir misas pre-grabadas ni hacer cortes comerciales.
- 9.- La realización es eminentemente un trabajo en equipo, por lo tanto es necesario configurar un equipo encargado de la preparación y de la celebración. Su función es elaborar previamente, de acuerdo con los requerimientos técnicos, el texto o guión, y hacerse cargo del conjunto de la celebración. Y más ampliamente, crear un clima de oración y definir la función propia de cada persona del equipo dentro de la realización. Asegurar que todo converja hacia una atmósfera de oración: escenario, color, ornamentación, música, crucifijo, mesa de la Palabra.
- 10.- Generalmente la liturgia de la TV exige dos equipos: uno de producción (creación del programa y su diseño en un guión) y otro de



presentación (realización y emisión); algunas personas estarían en ambos equipos. Es aconsejable que los equipos de producción y de presentación sean, en cuanto fuera posible, fijos, pues no es fácil dar la debida formación a muchas personas sin continuidad y sin estabilidad.

11.- Sobre la transmisión televisiva, se sugiere, siendo compatible con las posibilidades técnicas, lo siguiente:

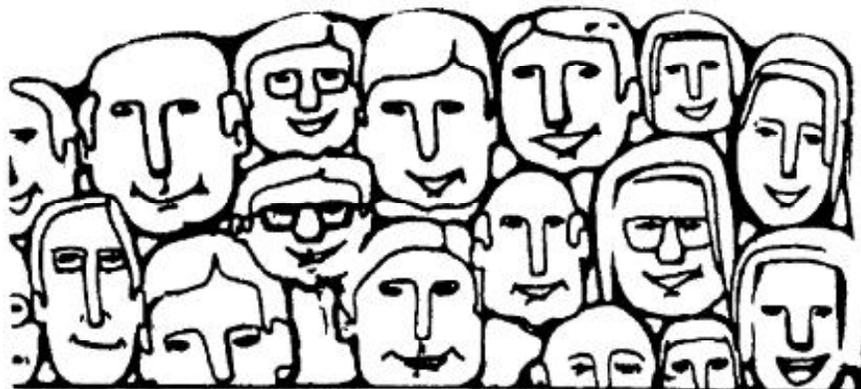
- Caracterizar cada tiempo litúrgico con una sigla musical de apertura.
- Formular comentarios concisos sobre el sentido del rito de acuerdo al momento de la celebración.
- Prevenir un soporte de imágenes para algunos momentos rituales, como por ejemplo: en lecturas prolongadas, homilía, plegaria eucarística, distribución de la comunión, silencios, etc. No suplen ni van en lugar de, sino al mismo tiempo que, para que no enfade la misma imagen durante un tiempo prolongado.
- Prever si hay obras de arte dentro del templo donde se desarrolla la celebración para hacerlas resaltar durante la misma.
- Resaltar los momentos de canto de asamblea.
- Reservar al menos algunos momentos de silencio, respaldándolos con imágenes y sonidos apropiados.
- Que el canto y la música sacra responda plenamente a las leyes de la Liturgia y de la Música Sacra.

12.- Se debe conocer tanto la naturaleza de la liturgia como la naturaleza del medio televisivo. Hay que pensar en unas posibilidades, en unas limitaciones

y en unos condicionamientos propios de la TV, cuyo manejo constituye una técnica al servicio de un arte.

Hay que pensar en una presentación artística de la liturgia, aunque no es éste el fin, sino la participación de una comunidad (presente o a través de sus pantallas) en la celebración.

- Los aparatos televisivos no se deben introducir en el presbiterio ni tan cerca que estorben los ritos sacros.
- Los operadores deben tener un comportamiento digno de acuerdo al lugar y al rito sagrado que se desarrolle, teniendo cuidado de no distraer la piedad de los presentes, especialmente en los momentos en los que se requiere el máximo recogimiento. (cfr. Eucharisticum mysterium 22).
- Que la participación de los fieles no sea turbada.
- Que la transmisión sea en vivo y sin cortes, ya que de otro modo, vacía y rebaja la celebración eucarística. Sería un simulacro de celebración que engaña la buena fe del público.
- Tomar en cuenta no sólo la asamblea que participa, sino la más grande asamblea moralmente presente a través del video.
- Para el comentador o comentadores, conviene reducir los comentarios a los más indispensable. Que quien sigue la transmisión no sólo vea, sino también sienta.
- Indispensable la figura del Director, quien vigila del curso y tiempo de toda la celebración. Quizás haya necesidad de un ensayo previo con los ministros que participarán en la liturgia.
- Si es posible, el equipo técnico recibiría nociones de liturgia.



- Ambientación previa para crear condiciones favorables por la transmisión de las celebraciones litúrgicas.
 - Los medios de comunicación social por sus exigencias específicas hacen indispensable el ejercicio de varias y hasta nuevas funciones o ministerios con preparación litúrgica y técnica.
 - No permitir la improvisación.
- 13.- La comunicación debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva. Existen estrechas vinculaciones entre la liturgia y la comunicación y ambas se condicionan mutuamente. La Liturgia... es en sí misma comunicación (DP 1086).

IV. ALGUNOS ASPECTOS QUE SE DEBEN CUIDAR.

- 1.- Que la Misa no sea comercializada, es decir, que se presente como un producto más de la TV, como espacio pagado por un patrocinador para dar a conocer su imagen más que la Eucaristía, o la imagen del canal que la transmite.
- 2.- Que las celebraciones estén bien preparadas y que no desorienten y confundan a los fieles que ordinariamente no acuden al templo.
- 3.- Que se tome en cuenta que la Misa por TV puede favorecer el aislamiento del televidente que se siente dispensado de la participación directa con la comunidad reunida.
- 4.- Prever que la falta de formación en el público no le permitiría entender la naturaleza de la liturgia, su lenguaje y el valor de sus signos propios; esto propiciaría una incidencia insuficiente en él y la dificultad para que participe de verdad.
- 5.- No olvidar que ciertos signos sacramentos exigen la presencia física, directa, de la persona para recibirlos, por ejemplo, la Eucaristía y el Bautismo. Esta presencia no es posible en la liturgia de la TV.
- 6.- Darse cuenta que los sistemas de TV están ligados generalmente al interés de los centros de poder. Se imponen sobre ellos el interés económico y los mecanismos de control, la censura y la autocensura.

- 7.- Saber que hay dificultad en los técnicos para conjugar capacidad técnica con carisma profético.
- 8.- Existe el peligro de que el fiel presencie las emisiones litúrgicas como un programa más de propaganda católica, no como algo que se celebra en comunidad y con la comunidad.
- 9.- Falta a la liturgia de la TV la comunión eucarística, lo que limita la plenitud de participación del espectador.
- 10.- No se conoce como debiera ser al público de las emisiones litúrgicas.
- 11.- Se corre el riesgo de que se falte el respeto a la celebración.
- 12.- Se corre el riesgo de que se grabe la Misa y luego se ponga en la videocassetera para cumplir con el precepto.

CONCLUSION.

Los responsables de los Canales 4, 9 y 21 de Guadalajara han expresado el deseo de transmitir la Misa por TV.

Conviene que, de llevarse a cabo la transmisión, se formen los equipos responsables (uno encargado de la preparación y otro de la celebración), y que después de un tiempo oportuno se evalúen sus frutos y su eficacia evangelizadora, en orden a mejorarlos, haciendo también un estudio sobre las tendencias, sobre las expectativas y sobre el lenguaje del público particular.

*(Oficina de Prensa y Comunicaciones Sociales.
Arzobispado de Guadalajara).*

Transmisión en vivo de la Misa por televisión por Cable

EN LAGOS DE MORENO, JALISCO.

El Padre Guadalupe Vázquez, siendo vicario de la Parroquia de la Asunción y estando de responsable del Templo del Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe en Lagos de Moreno, vio la necesidad de atender a los enfermos de tal forma que se tuviera mayor alcance en este campo y pensó que sería bueno transmitir por radio la Misa Dominical, para que los enfermos la escucharan

en su casa; pero también tuvo la idea que sería bueno ver la posibilidad de poder transmitir en vivo la Celebración Eucarística por televisión local para ello. El P. Guadalupe fue en el mes de Enero, a dialogar primero con el SR. OBISPO de San Juan DON JOSE TRINIDAD SEPULVEDA, quien vio la conveniencia de esta labor y concedió el permiso al P. Guadalupe para que viera la manera de hacer posible esta realidad de transmitir en vivo la Misa Dominical en favor de los enfermos.

El Padre, de inmediato, se entrevistó con el Sr. Mena, Gerente de la televisión por cable y con el Gerente de la XLJ radio local lo cual resultó favorable.

Al Sr. Mena le pareció una magnífica idea y con mucho gusto se prestó a colaborar, mandando a los técnicos para que hicieran un estudio del lugar para ver cómo y dónde podrían quedar las cámaras, luces y sonidos. También el P. Guadalupe empezó a preparar la Liturgia de la misa con la homilía especial para esto, con coros y lectores y también los monitores para esta Celebración tan especial a fin de iniciar esta transmisión en vivo a partir del 5 de Febrero de 1995, y desde esa fecha se transmite en vivo la Celebración Eucarística a las siete y media de la mañana, con lo cual se ven favorecidos los enfermos de nuestra Ciudad de Lagos de Moreno, Jalisco.

La transmisión por radio sólo se hizo dos veces, porque después, la Gerencia dijo que como era una

transmisión en vivo requería de un permiso especial de Gobernación y ya se dejó ese asunto, quedando solamente la transmisión en vivo de la Misa Dominical por televisión, que gracias a Dios y a la entusiasta y generosa colaboración del equipo de telecable que, por este medio reciba nuestra felicitación por su incalculable empeño, se ha hecho posible esta transmisión que tiene como fin el llevar al enfermo e incapacitado una palabra de aliento y de consuelo; a su vez, el enfermo une sus

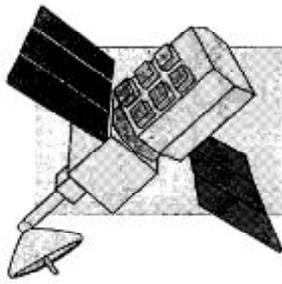
sufrimientos a los de Cristo Jesús, que se ofrece por nosotros y se hace presente en el altar para servir de alimento espiritual.

La continuidad del trabajo pastoral en una Parroquia, es primordial, pues si el P. Guadalupe abrió este espacio de evangelización, el P. José Luis Aceves, Párroco actual de la Asunción, con sus colaboradores, han seguido trabajando para que esta transmisión siga adelante.

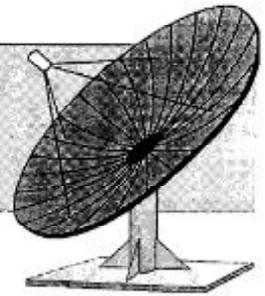
La respuesta de la gente ha sido excelente porque hay mucha participación en la Misa y los enfermos encienden o piden que se ponga la televisión en ese canal, donde a las 7:30 hrs., se está celebrando el Santo Sacrificio de la Misa.

Ojalá que hubiera total apertura y se aprovechara esta señal en hospitales, asilos, centro de salud y casas particulares, para que esta transmisión cumpliera cabalmente su objetivo y sigamos haciendo historia en Nuestra Diócesis de San Juan de los Lagos, con los medios de Comunicación Social. ^L





CENTROS DE FORMACION DECANAL



DECANATO III TEPATITLAN CURSO 1995 / 1996

Taller de Medios de Comunicación Social

TEMAS:

- Visión de los documentos sobre M.C.S. de la Iglesia.
- Elementos para redactar una carta correctamente.
- Reglas de redacción.
- Técnicas para la buena lectura.
- Orientación para la capacidad de síntesis.
- Nociones de dibujo.
- Teatro, instrumento para la Evangelización.
- Teatro Guiñol y catequesis.
- Juicio crítico para la televisión y Radio.
- Elementos de oratoria.
- Guía para una pequeña biblioteca.
- Técnica para la entrevista.
- Técnica para la Encuesta.

NOTAS:

En el primer semestre se trabajan todos los temas. En el segundo semestre se amplían todos los temas. Se aplica un tema cada semana. Se inscribieron en el taller 18 personas. Algunos temas se encomendaron a personas peritas.

DECANATO X CAPILLA DE GUADALUPE CURSO 1995 / 1996

Taller de Medios de Comunicación Social (I)

(TALLER DE FORMACIÓN CRÍTICA)

OBJETIVO: OFRECER ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS PARA FORMAR UNA ACTITUD CRÍTICA FRENTE A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

PROGRAMA:

I. Introducción

+ El mundo de los M.C.S.

II. Algunas orientaciones para formarnos en el espíritu crítico

III. Actitud crítica frente a la prensa escrita: ¡El Periódico!

IV. Actitud crítica frente a la Radio

V. Actitud crítica frente al lenguaje televisivo

BIBLIOGRAFIA:

+ Iriarte, Gregorio y Orsini, Marta. *REALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACION*, México, Dabar, 1994

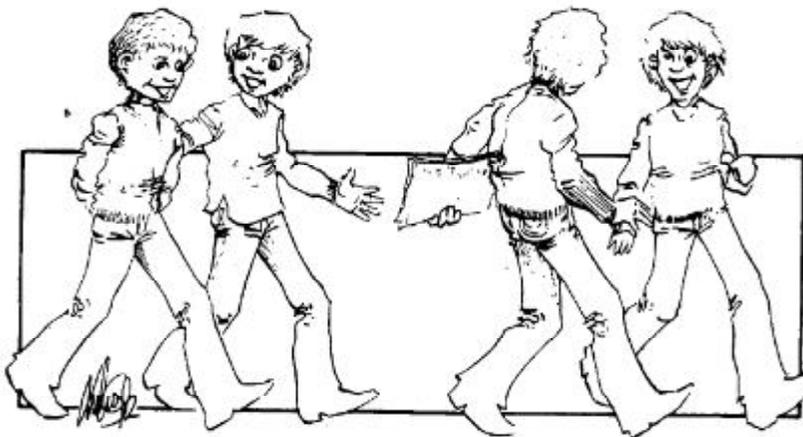
+ Mc Luhan, Marshall. *LA COMPRESION DE LOS MEDIOS COMO LAS EXTENSIONES DEL HOMBRE*. México, Diana, 1987

+ Romo Gil, María Cristina. *INTRODUCCION AL CONOCIMIENTO Y PRACTICA DE LA RADIO*. México, Diana, 1987.

TALLER SOBRE EL LENGUAJE DE LA IMAGEN

Se le ha llamado a nuestra época: la era de las comunicaciones; y a nuestra cultura: la cultura de la imagen.

En esta época y en esta cultura, si queremos ser de verdad protagonistas de la Nueva Evangelización y artífices de la Civilización del Amor, hemos de asumir con seriedad y valentía, el reto de las comunicaciones sociales y de la cultura de la imagen.



Taller de Medios de Comunicación Social (II)

(Taller sobre el lenguaje de la Imagen)

OBJETIVO: INTRODUCIR A LOS AGENTES DE PASTORAL EN EL CONOCIMIENTO DE LA CULTURA DE LA IMAGEN; PARA AYUDARLES A TOMAR ACTITUDES CRÍTICAS FRENTE A LOS MODERNOS MEDIOS AUDIO-VISUALES.

PROGRAMA:

I. Introducción:

- + Elementos de la Comunicación Humana
- + Códigos de comunicación
- + Codificación y descodificación

II. La Cultura de la Imagen:

- + El lenguaje de la imagen

- Color,
- Luz,
- Planos de la imagen
- Angulos, posturas, enfoques de cámara

III. Foros críticos audio-visuales:

- + Análisis de imágenes fijas,

- + Análisis de publicidad televisiva
- + Análisis de películas (cineforo)

BIBLIOGRAFIA:

- + Ander-Egg., Ezequiel. *LOS MEDIOS DE COMUNICACION AL SERVICIO DE LA EDUCACION*, Argentina, Magisterio del Río de la Plata, 1992.
- + Iriarte, Gregorio y Orsini, Marta. *REALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACION*. México, Dabar, 1994
- + Campos Martínez, Luis. *CINEFORO*. Bogotá, Paulinas, 1989.
- + Tostón de la Calle, Francisco. *EL CINE*. Bogotá, Paulinas, 1991.
- + Borrero, Elvira. *AUDIOVISUALES Y EVANGELIZACION*. Bogotá, Indo American Press Service, 1991

Centro Decanal de Formación de Agentes
[CEDEFO]

Decanato X Capilla de Guadalupe.

MENSAJE DEL SANTO PADRE PARA LA XXXIII JORNADA MUNDIAL DE ORACION POR LAS VOCACIONES

(5 de Mayo de 1996 - IV Domingo de Pascua)

Venerables hermanos en el episcopado; amadísimos hermanos y hermanas del mundo entero:

1. Las vocaciones en la comunidad cristiana

Lo mismo que la semilla da fruto abundante en buen terreno, de igual modo las vocaciones nacen y maduran generosamente en la comunidad cristiana.

En efecto, en ella se manifiesta el misterio del Padre que llama, del Hijo que envía y del Espíritu que consagra: «La vocación, llamada de Dios, nace en una experiencia de comunidad y genera un compromiso con la Iglesia universal y con una determinada comunidad (Documento declarativo del primer Congreso continental latinoamericano sobre las vocaciones, 24).

Es preciso, por tanto, que en cada nivel se manifieste, se desarrolle y crezca un profundo sentido eclesial, una generosa apertura a las necesidades pastorales del pueblo de Dios, una colaboración mutua y sincera entre el clero secular y regular, para sostener el camino de fe de los hombres y mujeres que desean seguir a Jesús, consagrándose a él con corazón indiviso.

2. «También vosotros, cual piedras vivas, entráis en la construcción de un edificio espiritual» (1 P. 2,5).

Se necesita partir desde las comunidades para preparar el terreno fértil, en el que la acción de Dios pueda extenderse con fuerza, y su llamada ser acogida y comprendida. «Ciertamente urge en todas partes rehacer el entramado cristiano de la sociedad humana. Pero la condición es que se rehaga la cristiana trabazón de las mismas comunidades eclesiales» (Christifideles laici, 34).

En realidad, el vasto campo de la acción pastoral en favor de las vocaciones, en algunos aspectos, no está todavía valorado plenamente, aunque va aumentando una actitud de mayor conciencia de esta dimensión de la vida cristiana, y se multiplican



las iniciativas para realizarla. El descubrimiento de la propia vocación, cualquiera que sea, no debe hacer que se ignoren las demás opciones evangélicas necesarias para la identidad de la Iglesia, Instrumento e imagen del reino de Dios en el mundo.

Sólo las comunidades cristianas vivas saben acoger con prontitud las vocaciones y después acompañarlas en su desarrollo, como madres que velan por el crecimiento y la felicidad del fruto de sus entrañas. «La pastoral vocacional tiene como sujeto activo, como protagonista, a la comunidad eclesial como tal, en sus diversas expresiones: desde la Iglesia universal a la Iglesias particular y, análogamente, desde ésta a la parroquias y a

todos los estamentos del pueblo de Dios» (Pastores dabo vobis, 41).

Pero nuestras comunidades necesitan creer aún más en la importancia que reviste la propuesta de los múltiples proyectos de vida cristiana y de las funciones eclesiales, ministerios y carismas, suscitados por el Espíritu en el transcurso de los siglos y reconocidos como legítimos y auténticos por los pastores de la Iglesia. También ahora, cuando la sociedad se transforma rápidamente y en profundidad, la propuesta cristiana debe superar todo tipo de resignación pasiva y dar con confianza y valentía sentido pleno a la existencia mediante el anuncio de la presencia y de la acción de Dios en la vida del hombre.

Hoy, frente a los desafíos del mundo contemporáneo, se necesita mayor audacia evangélica para realizar el compromiso de promoción vocacional según la invitación del Señor a pedir insistentemente obreros para la difusión del Reino de Dios (cf. Mt. 9, 37-38).

3. «Vosotros que en otro tiempo no erais pueblo, ahora sois pueblo de Dios» {1 P. 2,10}.

La vocación cristiana, don de Dios, es patrimonio de todos. Tanto los casados como los consagrados son elegidos por Dios para anunciar el Evangelio y comunicar la salvación; no por sí solos, sino en la Iglesias y con la Iglesia. «Evangelizar no es para nadie un acto individual y aislado, sino profundamente eclesial» (Evangelii nuntiandi, 60). A la llamada universal de Dios a vivir y testimoniar el anuncio de salvación responden vocaciones especiales con misiones específicas dentro de la Iglesia; son fruto de una gracia especial y requieren un gran esfuerzo moral y espiritual. Son las vocaciones al sacerdocio, a la vida religiosa, a la acción misionera y a la vida contemplativa.

Estas vocaciones especiales exigen respeto y acogida, plena disponibilidad para poner en juego la propia existencia, y una constante oración de súplica. Suponen, además, una amorosa atención y un sabio y prudente discernimiento de los brotes de vocación presentes en el corazón de muchos adolescentes y jóvenes. «Es muy urgente, sobre todo hoy, que se difunda y arraigue la convicción de que todos los miembros de la Iglesia, sin excluir ninguno, tienen la responsabilidad de cuidar las vocaciones» (Pastores dabo vobis, 41).

Piensen algunos que, puesto que Dios sabe a quien llamar y cuándo llamar, a nosotros no nos queda sino esperar. Estos, en realidad, olvidan que la suprema iniciativa divina no exime al hombre del compromiso de corresponder. De hecho, muchos llamados alcanzan la certeza de la elección divina a través de circunstancias favorables, determinadas también por la vida de la comunidad cristiana.

En muchos jóvenes, desorientados por el consumismo y por la crisis de ideales, la búsqueda de un auténtico estilo de vida puede madurar, si cuenta con el apoyo del testimonio coherente y gozoso de la comunidad cristiana, en la disponibilidad para escuchar el grito del mundo ávido de verdad y de justicia. Es fácil, entonces, que el corazón se abra para acoger con generosidad el don de la vocación a la consagración.

4. «Hermanos, considerad cómo fuisteis llamados» (1 Co. 1, 26).

La Iglesia debe manifestar su imagen auténtica en el esfuerzo diario de fidelidad a Dios y a los hombres. Cuando realiza esa misión con profunda armonía, viene a ser el terreno propicio para el nacimiento de opciones valientes de compromiso sin reservas en favor del Evangelio y del pueblo de Dios.

A través de las vocaciones especiales el Señor asegura a la Iglesia continuidad y vigor y, al mismo tiempo, la abre a las nuevas y antiguas necesidades del mundo para ser signo del Dios vivo y para contribuir a la construcción de la ciudad de los hombres en la perspectiva de la «civilización del amor».

Toda vocación nace, se alimenta y se desarrolla en la Iglesia y a ella está vinculada por origen, desarrollo, destino y misión. Por esta razón las comunidades diocesanas y parroquiales están llamadas a reforzar el compromiso en favor de las vocaciones al sacerdocio y a la vida consagrada, sobre todo, con el anuncio de la Palabra, con la celebración de los sacramentos y con el testimonio de la caridad. Deben, además, tener en cuenta algunas condiciones indispensables para una auténtica pastoral vocacional.

Es preciso, ante todo, que la comunidad sepa ponerse en actitud de escucha de la palabra de Dios

para acoger la luz divina que orienta el corazón del hombre. La Sagrada Escritura es guía segura cuando se lee, se acoge y se medita en la Iglesia. El acercamiento a las vicisitudes de los protagonistas bíblicos y, sobre todo, la lectura del Evangelio proporcionan momentos de iluminaciones sorprendentes y de opciones personales radicales. Cuando la Biblia llega a ser el libro de la comunidad, es más fácil escuchar y recibir la voz de Dios que llama.

Es necesario, además, que las comunidades sepan orar intensamente para poder realizar la voluntad de Dios, subrayando el primado de la vida espiritual en la existencia diaria. La oración ofrece grandes energías para aceptar la invitación del Señor a ponerse al servicio del bien espiritual, moral y material de los hombres. La experiencia litúrgica es el camino principal para educar a la oración. Cuando la liturgia queda aislada, corre el riesgo de empobrecerse; sin embargo, si va acompañada de profundos y prolongados momentos de oración personal y de silencio, pasados en la presencia del Señor, se convierte en camino seguro que conduce a la comunión con Dios. Es preciso hacer de la liturgia el centro de la existencia cristiana, a fin de que, a través de ella, se cree la atmósfera favorables para las grandes decisiones.

Asimismo, la comunidad debe ser sensible a la dimensión misionera, haciéndose responsable de la salvación de cuantos todavía no conocen a Cristo, Redentor del hombre: en la sensibilidad misionera viva y profunda hallamos otro requisito para el nacimiento y la consolidación de las vocaciones. Si la comunidad vive intensamente el mandato del Señor: «Id, pues; enseñad a todas las gentes, bautizándolas en el nombre del Padre y del Hijo del Espíritu Santo» (Mt 28, 19), no faltarán dentro de ella jóvenes generosos que se ofrezcan para asumir personalmente la tarea de proclamar a los hombres

de nuestro tiempo, a menudo desalentados o indiferentes, el anuncio del Evangelio antiguo y siempre actual.

Por último, la comunidad debe estar abierta al **servicio de los pobres**. El estilo de humildad y de abnegación, propio de la opción en favor de los pobres, al manifestar el rostro más auténtico de la comunidad cristiana comprometida en todos sus estamentos para ayudar a los hermanos probados por la necesidad y por el sufrimiento, contribuye a crear un ambiente particularmente favorable a la acogida del don de la vocación. En efecto, «el servicio de amor es el sentido fundamental de toda vocación. (...) Por eso, una pastoral vocacional

auténtica no se cansará jamás de educar a los niños, adolescentes y jóvenes al compromiso, al significado del servicio gratuito, al valor del sacrificio, a la entrega incondicional de sí mismos» (Pastores dabo vobis, 40).

5. «Como el Padre me envió, también yo os envío» (Jn 20,21)

La pastoral vocacional compromete a todos los miembros de la

Iglesia. En primer lugar, a los obispos, que hacen presente, con su ministerio de pastores, al Señor Jesús en la comunidad y son los garantes de la autenticidad de los dones del Espíritu a través del discernimiento de los carismas. A ellos compete promover cualquier actividad adecuada en favor de las vocaciones, recordando a todos los fieles este compromiso fundamental, cuya expresión principal sigue siendo la oración. En la Iglesia, memoria y sacramento de la presencia y de la acción de Jesucristo que invita a seguirlo, los obispos anuncian, en la predicación y en los demás actos de magisterio, la gracia de los ministerios ordenados y de las varias formas de vida consagrada; inviten a todos a responder a la propia llamada con docilidad generosa a la voluntad divina; mantengan vivo el espíritu de oración, y soliciten la



corresponsabilidad de las personas y de los grupos; sostengan, guíen y coordinen, mediante la acción de los directores diocesanos y de otras personas competentes, el Centro diocesano para la pastoral vocacional.

Junto al obispo, los presbíteros, tanto diocesanos como religiosos, desempeñan un papel de importancia primordial. Animando las comunidades eclesiales, pueden contribuir en gran medida a suscitar y orientar las vocaciones con el consejo espiritual y con el ejemplo de una vida vivida con gozo en favor de sus hermanos. A su responsabilidad está confiado, a menudo, el delicado deber de animar a los muchachos y muchachas que Dios llama: éstos deberán poder encontrar en ellos guías espirituales seguros y competentes, así como testigos auténticos de una vida completamente entregada al Señor.

Asimismo, es importante la labor de los catequistas, que tienen con frecuencia un contacto prolongado y directo con los niños, los adolescentes y los jóvenes, sobre todo a lo largo de la preparación para los sacramentos de la iniciación cristiana. También ellos tienen el deber de mostrar el valor y la importancia de las vocaciones especiales en la Iglesia, contribuyendo, de este modo, a hacer que los creyentes vivan plenamente la llamada que Dios les dirige para el bien de todos.

Quisiera, por último, dirigirme a vosotros, queridos jóvenes, y repetiros con afecto: sed generosos en dar vuestra vida al Señor. ¡No tengáis miedo! Nada debéis temer, porque Dios es el Señor de la historia y del universo. Dejad que crezca en vosotros el deseo de proyectos grandes y nobles. Cultivad sentimientos de solidaridad, pues son signo de la acción divina en vuestro corazón. Poned a disposición de vuestras comunidades los talentos que la Providencia os ha regalado. Cuanto más generosos seáis en entregaros a Dios y a los hermanos, tanto más descubriréis el auténtico sentido de la vida. ¡Dios espera mucho de vosotros!

6. «Rogad al dueño de la mies...» (Mt 9,38)

Concluyo estas reflexiones invitándoos, amadísimos hermanos y hermanas, a encomendar vuestras comunidades al Señor en la oración, para que, reunidas a ejemplo de la primera comunidad cristiana en la escucha asidua de la palabra de Dios

y en la invocación del Espíritu Santo, y por la intercesión de la Virgen María, sean bendecidas con abundancia de vocaciones a la vida sacerdotal y religiosa.

Al Señor Jesús elevo mi ferviente súplica para obtener el don precioso de numerosas y santas vocaciones:

Señor, tú has querido salvar a los hombres y has fundado la Iglesia como comunión de hermanos, reunidos en tu amor

Continúa pasando entre nosotros y llama a aquellos que has elegido para ser voz de tu santo Espíritu, fermento de una sociedad más justa y fraterna.

Alcánzanos del Padre celestial los guías espirituales que necesitan nuestras comunidades. Verdaderos sacerdotes del Dios vivo que, iluminados por tu palabra, sepan hablar de ti y enseñar a hablar contigo.

Haz crecer tu Iglesia mediante un florecimiento de consagrados, que te entreguen todo, para que tú puedas salvar a todos.

Que nuestras comunidades celebren en el canto y en la alabanza la Eucaristía, como acción de gracias a tu gloria y bondad, y sepan caminar por los senderos del mundo para comunicar el gozo y la paz, dones preciosos de tu salvación.

Vuelve, Señor, tu rostro hacia la humanidad entera y manifiesta tu misericordia a los hombres y mujeres que en la oración y en la rectitud de vida te buscan sin haberte encontrado todavía: muéstrate a ellos como camino que conduce al Padre, verdad que hace libres y vida que no tiene fin.

Concédenos, Señor, vivir en tu Iglesia, con espíritu de fiel servicio y de total entrega, a fin de que nuestro testimonio sea creíble y fecundo. Amén.

A todos os envío con afecto una especial bendición apostólica.

Joannes Paulus n. II

A LOS SACERDOTES DE LA DIOCESIS

INTRODUCCION:

Hoy que nuestro presbiterio se reúne para renovar sus compromisos sacerdotales, quisiera que la Eucaristía fuera el objeto de nuestra meditación porque la Eucaristía es el origen y el objetivo de nuestro sacerdocio.

- En la ULTIMA CENA el Señor, al mismo tiempo y como con una sola fórmula, instituyó la Eucaristía y el Sacerdocio para dejar bien clara su íntima relación.

Por eso, yo quisiera que ahora contempláramos el misterio realizado en la ULTIMA CENA, en toda su dimensión y, por ello, les propongo tres puntos: el Lavatorio, la Institución y el coloquio siguiente que culmina en la Oración Sacerdotal.

En el Lavatorio de los pies, podemos ver cómo Cristo prepara a los que ha elegido para el Sacerdocio.

En la Institución, veremos los rasgos esenciales que constituyen el ser sacerdotal y, al final, veremos las recomendaciones de Cristo para acompañar a sus sacerdotes en lo que podríamos llamar: la formación permanente del sacerdote.

PRIMERA PARTE: En efecto, en el Lavatorio de los pies podemos ver una clara intención de Cristo para preparar a los apóstoles a la recepción de la Eucaristía y a su Ordenación Sacerdotal. Cristo quiere, sin duda, enseñar que pone como condición para recibir la Eucaristía, la pureza de alma, la ausencia de todo pecado. San Pablo recoge esta enseñanza: «El que coma el Pan o beba el Cáliz del Señor indignamente, será reo del Cuerpo y de la Sangre del Señor... Exáminese, pues, cada cual y coma así el Pan y beba del Cáliz; pues, quien come y bebe sin discernir, come y bebe su propio castigo» (1 Cor. 11,27-29).

Pero, si esta limpieza de alma se exige a quien recibe la Eucaristía, una limpieza mayor se debe exigir al que es llamado a realizarla, y así vemos que, durante la cena en que Cristo quiere llevar su amor hasta el extremo, siente clavada en su corazón como un tormento, el pecado, la traición de uno de sus elegidos: «En verdad, les digo que uno de ustedes me va a

entregar» (Mt. 26,20) y, para demostrar lo absurdo del pecado en el apóstol y en el sacerdote, lo invita a retirarse: «Lo que has de hacer, hazlo pronto» (Jn. 13,27). Más tarde, en el huerto, todavía lo hace reflexionar: «Amigo, ¿a qué has venido?» (Mt. 26,50) «¿Con un beso entregas al Hijo del hombre?» (Lc. 22,48). Esta tragedia debe grabarnos en lo más profundo de nuestra conciencia sacerdotal, que la primera condición para vivir dignamente el sacerdocio, es llevar una vida alejada del pecado. Por eso, en estos momentos en que nos disponemos para renovar nuestros compromisos sacerdotales, digámosle a Cristo con la misma ansia que Pedro: «Señor, no solo los pies...» (Jn. 13,9) lava todo mi cuerpo; lava lo más profundo de mi alma; purifica las mismas raíces de mi vida e ilumina y lava las zonas oscuras de mi conciencia que, a veces, no me atrevo a contemplar. También, con la fe y confianza del salmista, pidamos al Señor: «Crea en mí un corazón puro» (Salm. 50, 12) porque quiero serte fiel hasta la muerte.

Otra cosa pide el Señor a quien ha elegido para el Sacerdocio: el desinterés y la actitud de servicio. El sacerdocio de Cristo no es oportunidad de lucro ni de dominio. Cristo, al lavar los pies de sus discípulos, demuestra la absoluta libertad y la total renuncia a los honores y al prestigio humano: siendo el Señor, siendo el Maestro, siendo el Dios inmortal de los siglos, asume el papel y el oficio de esclavo: eran los esclavos quienes lavaban los pies de los Señores. Cristo dice a sus sacerdotes: «Porque os he dado ejemplo para que también vosotros hagáis como Yo he hecho con vosotros».

Renovemos hoy nuestra pureza de intención en el ejercicio de nuestro sacerdocio. Rechacemos toda ambición personal, todo afán de prestigio y de dominio. Que no sean palabras huecas nuestras afirmaciones de que vivimos nuestro sacerdocio en actitud de servicio; que no busquemos ni esperemos privilegios sino que, olvidados de nosotros mismos y renunciando a tener como norma de vida nuestra propia voluntad e interés personal, nos entreguemos totalmente al servicio de quienes no pueden compensar nuestros servicios y,

siguiendo el ejemplo de Cristo arrodillado, hagamos de nuevo nuestra sincera opción por lo pobres y marginados.

SEGUNDA PARTE: Pasando al segundo punto de nuestra meditación: «La Institución», debemos responder a la interrogación: «¿por qué Cristo, al mismo tiempo, quiso instituir la Eucaristía y el Sacerdocio?»; la razón que podemos encontrar, es la siguiente: en la Celebración Eucarística de la cena, Cristo realiza ya la plenitud de su Sacerdocio, anticipando sacramentalmente su sacrificio del Calvario y, en ese momento, instituye el Sacerdocio Ministerial para poner en evidencia que no se trata de otro sacerdocio sino de la participación en el único Sacerdocio que es el Sacerdocio de Cristo del que somos llamados a participar. Nosotros no tenemos derecho a vivir un sacerdocio según nuestro propio criterio. No podemos decir: «yo vivo mi sacerdocio como yo lo entiendo, según mi criterio, según mi propio gusto»; este modo de pensar es totalmente erróneo y es origen de muchos males en la Iglesia.

Nuestro sacerdocio es el mismo sacerdocio de Cristo, que actuamos en su nombre: «Así nos deben ver los hambres: como ministros, esto es, como representantes de Cristo y dispensadores de sus misterios». Y ¿Cómo actúa Cristo Sacerdote para que sepamos cómo actuar como sacerdotes?: Cristo, Sumo y Eterno Sacerdote, realiza su Sacerdocio ofreciendo el Sacrificio Redentor: el único que agrada y da gloria a Dios, y el que salva reconciliando con Dios, a toda la humanidad. Y Cristo realiza su Sacerdocio, ofreciéndose a Sí mismo como Víctima; voluntariamente se ofrece, cumpliendo la voluntad del Padre y entregándose como precio por la salvación del mundo.

Así, nuestro sacerdocio ministerial, en el Sacrificio Eucarístico, llega a su plenitud: la grandeza de nuestra vocación, de nuestro sacerdocio y de nuestra pastoral, llega a su culmen cuando «in persona Christi», ofrecemos el Sacrificio del Cuerpo y la Sangre de Cristo, que perpetúa su Sacrificio en el Calvario.

Nunca sabremos ponderar debidamente la importancia de nuestra Misa diaria en la que ofrecemos - al Padre- a su Hijo inmolado para cumplir amorosamente su voluntad; y la acción salvadora que realizamos al dar, cada día, el precio que puede liberar y salvar a toda la humanidad. Sin embargo, debemos recordar, siempre, que Cristo nos hace sacerdotes para **hacer esto**, para hacer exactamente lo que El hace, o sea, ofrecer y ofrecerse; El es sacerdote, ofreciéndose a Sí mismo» como Víctima, y eso también nos pide a nosotros: que no sólo Lo ofrezcamos a El sino

que por El, con El y en El, nos ofrezcamos a nosotros mismos.

Debemos, pues, también nosotros realizar diariamente nuestro propio sacrificio: clavándonos, cada día, en la cruz de Cristo, muriendo con Cristo, crucificando y dando muerte a nuestro hombre de pecado; considerándonos muertos al pecado, pero viviendo con la vida de Cristo.

Cristo, por fin, realiza su Sacerdocio entregándose como alimento: «Tomen y coman, ésto es mi Cuerpo» (Mt. 26,26); «Tomen y beban, ésto es mi Sangre» (Mt. 26,27). En los sacrificios antiguos, se participaba de la carne y sangre del sacrificio; esta costumbre quiso Cristo conservarla; por eso, la Eucaristía es también Comunión.

Y debemos también nosotros darnos, entregarnos al pueblo de Dios al que servimos, por el que vivimos y, para bien del cual, nos ha participado su Sacerdocio.

Cada día que consumimos, cada esfuerzo que nos agota, cada trabajo pastoral que roba nuestras horas y nuestro tiempo, es la vida que estamos entregando a los demás. Es nuestra carne y nuestra sangre que damos a comer a los que tienen hambre de felicidad y sed del Dios vivo. Que nuestra vida sacerdotal sea siempre el cumplimiento sincero y generoso, de la consigna que Cristo nos diera al ordenarnos sacerdotes: «Hagan siempre ésto (todo ésto) en recuerdo mío» (Lc. 22,13).

TERCERA PARTE: San Juan, en los capítulos del 14 al 17 de su evangelio, recoge las enseñanzas y las plegarias que dirigió Cristo a sus sacerdotes y por sus sacerdotes recién ordenados, y podemos descubrir en estas páginas evangélicas, la amorosa solicitud de Cristo que no quiere dejar solos a quienes ha hecho partícipes de su Sacerdocio. Cristo ve, en el porvenir, la realización histórica del sacerdocio en sus apóstoles y en los sacerdotes ministeriales, y quiere manifestar la necesidad urgente que tendrán de acompañamiento o, como decimos ahora, de «formación permanente». Ya, en el primero de estos capítulos, les advierte que no los dejará solos.

La vida sacerdotal sólo es posible, en compañía de Jesús. El sacerdocio ni tiene sentido y se convierte en carga insoportable, si no se vive en el amor y en la intimidad con Dios; por eso, Cristo quiere que sus sacerdotes vivan plenamente el precepto del amor: «El que guarda mis mandamientos, ése Me ama» (Jn. 14,15). «Si alguno Me ama, guardará mi palabra, y mi Padre lo amará y vendremos a él y pondremos en él nuestra habitación» (Jn. 14,23). Quiere que sean sus amigos íntimos: «Ya no os llamo siervos sino amigos»

(Jn. 15,15). Sólo viviendo en esa intimidad amorosa; sólo colmados con esa plenitud, podremos asegurar con San Pablo: «¿Quién me podrá apartar del amor de Cristo?» (Rom. 8,35). «Todo lo considero basura, con tal de ganarme a Cristo». En cambio, quien deja la oración; quien, como el sarmiento, es arrancado de la Vid, o como el miembro es separado del cuerpo, en vano esperan continuar en pie.

No es casualidad que en esta oportunidad, cuando hace sus recomendaciones a quienes ya están viviendo su sacerdocio, proponga la parábola de la Vid y los sarmientos. San Juan Crisóstomo, a este propósito, nos dice que no basta una relación superficial con Cristo: que debemos vivir pegados a Cristo, encajados vitalmente en Cristo, como la rama al tronco, como el miembro a la cabeza porque, si no lo hacemos, moriremos. En la formación permanente debe tenerse especial cuidado por mantener y aumentar la vida interior. Debemos siempre orar para que no se apague el amor. No debemos descuidar la oración individual ni la litúrgica; no celebremos la Santa Misa como una de tantas actividades en nuestra vida. No abandonemos la recitación de las Horas Canónicas sólo porque algunos autores digan que no obligan bajo pecado mortal: tampoco comer obliga bajo pecado, pero es necesario para conservar la vida.

Y, para no dejar que se apague el amor, Cristo recomienda al sacerdote que no se deje arrastrar del espíritu del mundo. «Ellos —dice Cristo al Padre— no son del mundo, como Yo no soy del mundo. ¡Santifícalos en la verdad!» (Jn. 17,16-17). Sus sacerdotes no deben, pues, dejarse atrapar por las idolatrías del mundo. Cuando Cristo le pide al Padre que no los aparte del mundo sino que los preserve del mal, sin duda se refiere al sacerdote diocesano. El sacerdote no debe ser ingenuo ni imprudente; debe evitar la disipación; no debe jugar con el peligro; no debe intentar servir a dos señores. Debe estar vigilante: «Vigilen y hagan oración para no caer en la tentación» (Mc. 14,38), para no deslizarse por el camino que lleva a la profanación del cuerpo y a dividir el corazón con amoríos humanos.

Debemos defender nuestra conciencia del tumulto de imágenes, sensaciones, atractivos y solicitudes del ambiente que nos rodea para que no contaminen los resortes de nuestra libertad y la arrastren a la esclavitud y dependencia del mundo.

Sería imposible recoger aquí todas las recomendaciones de Cristo a sus sacerdotes; sólo quiero terminar subrayando la insistencia de Cristo en la unidad: «Que sean uno como Tú y Yo somos una misma cosa»

(Jn. 17,21). «Yo en ellos y Tú en Mí, para que sean consumados en la unidad» (Jn. 17,23). Así como está unido en estos momentos nuestro presbiterio, así debe continuar siempre. El reino dividido será destruido. Necesitamos de la comprensión y del apoyo de los hermanos, y necesitamos de su amistad, de su buen testimonio y de su oración. El presbiterio debe hacer las veces de la familia que hemos dejado: ¡Ay, de los solos!. Debemos poblar nuestra soledad, no con afectos que dividen el corazón sino con quien nos ayude a vivir el común ideal.

No debemos perder la oportunidad que hoy tenemos. ¡Nos urge el **amor de Cristo!** **Si amamos a Dios, amemos a nuestros hermanos sacerdotes. Sepamos perdonar y pedir perdón;** ¡hagámoslo ahora!. Antes de depositar nuestra ofrenda en el altar, que va a consistir en la renovación de nuestros compromisos sacerdotales, examinemos en qué somos causa o motivo de división, de enfrentamientos, recelos o desconfianza: ¿con nuestras palabras?; ¿con nuestras indiscreciones, burlas, críticas, emulaciones o con nuestra forma de actuar?. Cualquiera que sea la causa, debemos quitarla para que el Señor reciba nuestra ofrenda y vivamos, de aquí en adelante, la fraternidad en la familia que forma nuestro presbiterio.

La unión entre nosotros los sacerdotes, no sólo ayuda a nuestra perseverancia: es, además, motivo para que los demás crean en lo que predicamos: «Que todos sean uno como Tú Padre en Mí y Yo en Tí, para que el mundo crea que Tú me has enviado» (Jn. 17,21).

En estas pobres reflexiones, sólo he intentado hablar sobre la Eucaristía y nuestro ser sacerdotal. Dejando el tema de «LA EUCARISTIA EN NUESTRO QUEHACER SACERDOTAL» para la meditación que podrá hacer cada uno de ustedes, quiero que terminemos escuchando las palabras que nos dirige el Señor: «Os he dicho estas cosas estando con vosotros, pero el Paráclito, el Espíritu Santo que el Padre os enviará en mi nombre, os enseñará todo y os recordará todo lo que Yo os he dicho. «Mi paz os dejo, mi paz os doy; no os la doy como la da el mundo. No se turbe vuestro corazón ni se acobarde» (Jn. 14,27). Vayamos, pues, a vivir, con optimismo y confianza, una nueva etapa de nuestra vida sacerdotal, continuando, guiados por Cristo, nuestra formación permanente.

San Juan de los Lagos, Jal., Abril 2 de 1996.



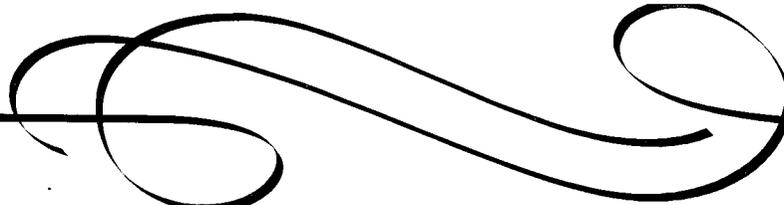
Obispo de San Juan de los Lagos.

AGENDA DE MAYO

- M^a 1 Fiesta Patronal. *San José, San Juan de los Lagos, San José*
- M^a 1 Fiesta Patronal. *San José Obrero, Arandas, San José*
- M^a 1 Fiesta Patronal. *San Julián, San José*
- V. 3 Fiesta Patronal. *La Santa Cruz, Tepatitlán*
- S. 4 Equipo de Campesinos. Conferencia Evangelium Vitae. *Jalostotitlán.*
- D. 5 Fiesta Patronal. *El Josefino, San José*
- L. 6 Reunión Decanato Atotonilco. *Tototlán. Pastoral Vocacional*
- L. 6 Reunión Decanato Ayotlán. *Ayotlán. Evaluaciones.*
- L. 6 Reunión Decanato Jalostotitlán. *Jalostotitlán. Evaluar*
- M^a 7 Reunión Equipo Diocesano de Liturgia. *San Juan*
- M^a 8 Fiesta Patronal. Capellanía La Cantera, *Yahualica, San Miguel Arcángel*
- J. 9 Reunión Decanato Yahualica. *Manalisco. Evangelium Vitae.*
- V. 10 Día de las Madres.
- S. 11 Pastoral Juvenil, *San Juan. Festival Concurso de Video.*
- S. 11 Convivencia Diocesana de Equipos de Familia. *Ayotlán*
- D. 12 Fiesta Patronal. *San José de Gracia, San José*
- L. 13 Fiesta Patronal. *Capellanía San Antonio, Yahualica, San Antonio*
- L. 13 Reunión Decanato de Arandas. *San José Obrero. Pastoral Vocacional.*
- L. 13 Reunión Decanato San Juan. *San José. Afinar Asamblea Parroquial y Presacramentales.*
- L. 13 Reunión Decanato Tepatitlán. *Santa Cruz. Cooperativas.*
- L. 13 Reunión Decanato Capilla de Gpe. *Los Dolores. Evaluar Programas.*
- L. 13 Reunión Decanato San Julián. *San Diego de A. Adolescentes-Jóvenes.*
- 13-18 SEMANA DEL CAMPESINO
- M^a 14 PEREGRINACION DIOCESANA AL TEPEYAC. Organiza Decanato Tepatitlán
- M^a 15 Fiesta Patronal. *Vicaría San Isidro, San Isidro*
- M^a 15 Fiesta Patronal. *Mirandillas, San Isidro*
- M^a 15 Día del Comunicador. Día del Maestro. Día del Campesino
- M^a 15 Equipo de Medios de Comunicación Social celebra el Día del Comunicador. *San Juan*
- J. 16 Reunión Pastoral Social. *Santa Rita. Evaluación.*
- S. 18 REUNION DE SECRETARIOS. *San Juan. Preparar Asambleas Parroquiales.*
- S. 18 GAM. Retiro-Convivencia. *San Juan*
- D. 19 Fiesta Patronal. *Unión de San Antonio, Sr. de la Misericordia*
- D. 19 Seminario Convivencia con Exalumnos.
- D. 19 Paseo de Religiosas de la Diócesis.
- D. 19 Reunión del Equipo diocesano de MOB. *Tepatitlán*
- D. 19 Tercer Encuentro Diocesano Misionero. *San Juan. Casa Juan Pablo II*
- L. 20 Reunión del Equipo de Pobres. *Tepatitlán. "Internados"*
- L. 20 Reunión de Decanos. *Jesús María. Evaluación.*
- M^a 21 REUNION PLENARIA DEL PRESBITERIO. SANTIFICACION DEL SACERDOTE. *Seminario Ojo de Agua.*
- M^a 22 Fiesta Patronal. *Santa Rita, Santa Rita*
- M^a 22 Fiesta Patronal. *Lagos, Nra. Sra. de la Luz*
- V. 24 Fiesta Patronal. *San Gaspar de los Reyes, María Auxiliadora*
- S. 25 Pobres. Retiro de BUC y consagración de líderes.
- S. 25 Reunión Equipo Decanos. *Jesús María. Evaluación*
- S. 25 Reunión Equipo Diocesano de Evangelización. *Tepatitlán. Evaluación.*
- D. 26 PENTECOSTES
- D. 26 Fiesta Patronal. *Espíritu Santo, San Juan de los Lagos*
- D. 26 Fiesta Patronal. *Espíritu Santo, Tepatitlán*
- M^a 28 REUNION EQUIPO DIOCESANO DE PASTORAL. Preparar Reunión del Consejo.
- M^a 29 GAM. Reunión Equipo. Evaluación. *San Juan.*
- J. 30 Reunión Equipo diocesano de Pastoral Ciudad. Evaluación. *Parroquia la Asunción. Lagos de Moreno.*
- J. 30 Junio 2. Pobres. Encuentro Cristiano. *Tepatitlán.*
- V. 31 Peregrinación del Seminario a la Basílica de San Juan.

JUNIO

- D. 2 SANTISIMA TRINIDAD. Onomástico Sr. Obispo D. J. Trinidad Sepúlveda RV.
- M^a 4 Convivencia espontánea de Sacerdotes. *Temacapulín.*
- J. 6 CORPUS CRISTI
- S. 8 Corpus en el Seminario
- 14-16 CONSEJO DIOCESANO
- 19-20 Convivencia Sacerdotal. *Mazatlán*



LOS MANDAMIENTOS PARA VER BIEN LA TELEVISION EN EL HOGAR

1.- **Hay que ver televisión:** Porque ella informa, educa y entretiene. Es llamada hoy la escuela paralela.

2.- **Veamos sólo lo que nos sirve:** pues la televisión tiene posibilidades infinitas de culturizar.

3.- **Sepamos qué ven los hijos: para acentuar la filosofía de las tres dees:** Diversión- Descanso- Desarrollo.

4.- **Veamos la televisión con los hijos:** abriéndonos al diálogo crítico sobre su contenido en influencia.

5.- **Hagamos un plan de visión:** determinando con los hijos qué programas vemos y por cuánto tiempo.

6.- **Tengamos un televisor para la familia:** porque mirar TV debe ser un programa familiar como comer, pasear, ir juntos a la misa dominical, etc.

7.- **Miremos televisión activamente:** potenciando momentos de comunicación, descubriendo valores, organizando programas, todo con base en la misma televisión.

8.- **Cuidémonos de la teleadicción:** con frecuencia los teleadictos son hijos de padres teleadictos.

9.- **El televisor está en casa y estamos en casa;** por ello es importante que el ambiente y la decoración del hogar, faciliten un ámbito de acogida y compartir.

10.- **Eduquémonos para poder educar:** con criterio coherente de libertad y realismo.

Vigilemos responsablemente el uso de la TV, los videos, los nintendos, las computadoras, la música, los wolk-man y los videos clubes.

