

# Pastoralia

Outubro de 2003

## Hacia una Teología de la Comunicación

Plutarco Bonilla A.

Plutarco Bonilla A.  
Hacia una Teología de la Comunicación  
Artículo publicado en noviembre de 1981  
Revista Pastoralia n<sup>os</sup>. 6 y 7 – Año 3 – Páginas 49 a 57



## HACIA UNA TEOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Plutarco Bonilla A.

(*Nota aclaratoria:* El presente trabajo – con el título de “El papel del libro en la transformación de la persona y de la sociedad” – fue leído originalmente en una reunión de librerías celebrada en Costa Rica. Me propuse, al hacer la presentación, reflexionar sobre lo que sería, a mi entender, los principios de una teología de la comunicación. Muchos de los pensamientos aquí expuestos necesitan elaboración y crítica, lo que esperamos hacer “en el camino”. Reproducimos el texto en su forma original para que la reflexión bíblico-teológica esté en el contexto que le fue propio).

### *Observaciones preliminares*

Cuando hace menos de un mes don Armando Vargas me invitó a dirigirles esta tarde la palabra, mi primera reacción fue el rechazar la oferta, por la sencillísima razón de que no me considero a mí mismo un “comunicólogo”, y porque – para complicar la situación – el tema específico de la comunicación no había sido hasta entonces objeto concreto de mis reflexiones como estudiante de la Biblia y de la teología cristiana.

Pero, después de una no muy larga pausa – en mi conversación con Armando – , movido por un cierto impulso (que no sé si fue acertado) le contesté que si aceptaba su cordial invitación. Y justifiqué ante mi propia conciencia semejante atrevimiento con dos razones fundamentales: la primera, que como educador estaba embarcado de lleno en el proceso comunicativo, aunque no hubiese hecho de él un acto segundo de análisis teórico; la segunda, que ésta podría ser ocasión propicia para ese acto segundo.

Vengo, pues, ante ustedes, no como especialista en la comunicación ni en las técnicas de comunicación. Es más, las ocasiones en que he usado la radio y la televisión han sido de carácter secundario, por no decir accidental. Y tampoco he usado de manera sistemática la página impresa, aun cuando algunas cosas escritas por este servidor circulen por ahí.

Por otra parte, cuando hace unos pocos días volví a conversar con Armando, para ver si todavía estaba en pie esta reunión y mi participación en ella, al confirmarme el tema agregó: “en el ámbito más amplio de las comunicaciones en general”.

Por ello, a lo largo de estas reflexiones iremos haciendo referencia al libro y a la comunicación, aun cuando seamos conscientes de que cada medio de comunicación social tiene sus características propias y un conjunto también propio de problemas a los que hacer frente.

Mi propósito es señalar algunos elementos que, como cristianos (especialmente en cuanto productores para los medios de comunicación), debemos tomar en cuenta en la elaboración de nuestro trabajo hasta su compleción, que se consuma en el acto comunicativo mismo y en la reacción que él provoca.

1. El extraordinario auge que la “comunicación masiva” ha alcanzado es un fenómeno de la modernidad. (Dicho sea de paso, a mí no me agrada hablar de la comunicación masiva, porque a comunicación es principal y esencialmente un fenómeno humano, y el ser humano nunca es *masa*. Por eso en ese texto he escrito “comunicación masiva” entre comillas.) El hecho de que tal auge en la comunicación sea un fenómeno reciente débase a variadas causas. Una de ellas es el no menos extraordinario desarrollo de la tecnología de la comunicación. En este panorama, la comunicación por medio de la página impresa no representa ninguna excepción.

Pero creo que los progresos que se han hecho en el campo de la tecnología de la comunicación no bastarían por sí solos para dar razón del rápido desarrollo de esos medios y de la increíble extensión que han logrado en el espacio (no hay región o país fuera de sus límites) y en intensidad.

Desearía apuntar, brevemente, algunas de las razones fundamentales que están en la base de este fenómeno:

1.1 La primera es que la comunicación no es un algo accidental al ser humano. El acto comunicativo no es un apéndice del cual el hombre o la mujer puedan prescindir sin que ello afecte su propio ser. Todo lo contrario. El ser humano es comunicación. Porque el ser humano es comunidad.

Cuando el texto bíblico dice que “creó Dios al *hombre*, varón y hembra los creó”, y cuando casi de inmediato agrega “no es bueno que el hombre esté sólo”, esté también acentuando el carácter radicalmente comunitario de la existencia humana. En la práctica de la predicación, durante los últimos años y siempre que venía al caso, yo acentuaba desde el púlpito que los hombres-islas no existen, y que cuando se dan son una anomalía, caso patológico en necesidad de tratamiento psiquiátrico. Confieso que para mí fue una sorpresa, y grata, descubrir en los estantes de las librerías en los E.U.A., un libro escrito por el gran místico Thomas Merton, que lleva por título NO MAN IS AN ISLAND, (¡Y yo que creía que había “inventado” la imagen metafórica!)

Es esta infraestructura general de la existencia humana – su carácter comunitario – la que provee el espacio necesario e indispensable para que se haya producido ese fenómeno que estamos comentando.

1.2 Al comienzo de la obra que ha llegado hasta nosotros con el título de LA METAFÍSICA, el gran filósofo helénico que tanta influencia ha ejercido en la configuración de la mentalidad del hombre occidental, Aristóteles, dice literalmente: “Todos los hombres desean *por naturaleza* saber”. Y continúa el Estagirita su reflexión distinguiendo entre el carácter del conocimiento que le es propio al género humano y el tipo de conocimiento de los demás animales. En su descripción se destaca no sólo el papel que juega el razonamiento y el arte, sino cierta dimensión comunitaria, que expresa en estos términos: “En definitiva, lo que distingue al sabio del ignorante es el poder enseñar, y por esto consideramos que el arte es más ciencia que la experiencia, pues aquellos (i.e., los que poseen el arte) pueden y éstos (i.e., los simples expertos) no pueden enseñar”. Nótese, pues, cómo para el filósofo la posibilidad de enseñar – o sea, la posibilidad de comunicar – arranca del substrato fundamental que es la inclinación natural del ser humano hacia el saber.

1.3 Los dos elementos que se han señalado hasta ahora como constitutivos del ser del hombre (en sentido genérico), deben complementarse con otro que es de signo negativo, y que, como ausencia, representa otro factor que ha servido de impulso al desarrollo de la comunicación.

Me refiero a la incomunicación – o descomunicación, si se me permite inventar esta palabra – que también caracteriza a nuestra sociedad contemporánea con signos trágicos (aunque no sea privativa de ella). El filósofo inglés del siglo XVII, Tomás Hobbes, dijo que “el hombre es lobo para el hombre” (*homo homini lupus*). Y Juan Pablo Sartre, nuestro contemporáneo francés, pone en labios de uno de los personajes de *A puerta cerrada* la afirmación de que “el infierno son los otros”. Aunque los seres humanos hemos desarrollado la increíble habilidad de engañarnos a nosotros mismos, allá en el hondón de nuestro ser reconocemos las rupturas de nuestra existencia comunitaria y los fracasos de la verdadera comunicación interpersonal. Y así, por vía negativa, se prepara el camino para el desarrollo de unas técnicas que se presentan como posibles puentes para salvar la inmensa sima de la incomunicación.

1.4 He usado, en lo que acabo de decir, el verbo *pretender*, a propósito. Porque el uso de los medios de comunicación social no es nunca neutral. Podrían considerarse indiferentes las técnicas en tanto tales, o el equipo no humano que interviene en la comunicación. Pero la *utilización* de esas técnicas y de esos equipos no es indiferente. Por ello se da también la posibilidad de la *manipulación* de la comunicación en función de intereses propios o ajenos. Y es aquí, de hecho, donde se revela en toda su intensidad *el carácter social* de la comunicación. Esto es así no sólo porque la comunicación tiene que ser siempre *intencional*, es decir siempre está dirigida hacia el otro. (Por eso decimos que “el que solo se ríe de sus maldades se acuerda” que “solo el loco habla solo”.) Más que eso, en la comunicación “masiva” se busca el mover la voluntad de la comunidad en una dirección determinada (sea la conversión a Jesucristo, la obediencia a la Iglesia, la compra de determinado producto o la participación activa de un proceso social). Es aquí, de manera muy particular, donde hoy día presenciarnos en el uso de las comunicaciones sociales esa dimensión de *descomunicación* a la que antes hicimos referencia. Y por ende vemos dónde se revela casi con claridad meridiana la terrible contradicción entre el desarrollo tecnológico y el uso de él en el mundo moderno.

En efecto, ya, es lugar común sostener que en virtud de esos avances nuestro mundo – ¡hasta nuestro universo! – se ha encogido. Los “Concorde” surcan el espacio a velocidades supersónicas y transportan a civiles para que estén más próximos los unos de los otros. Pero ante el sobrecogimiento que produce tal reducción de distancias, se hace más patética la verdad de que *proximidad* no es *proximidad* (aunque ambos términos procedan de la misma raíz).

Ya el transporte supersónico se había desarrollado para fines militares. Y nos preguntamos si la nueva raza de aviones representada por el proyecto franco-británico no es símbolo también de otra milicia, en la que las armas que van a usarse para la guerra no son de las que matan más o menos instantáneamente, pero de cuya eficacia letal no cabe la menor duda, pues destruyen la comunidad contribuyendo a la acentuación de las contradicciones que se dan en la sociedad y provocando el desempleo, el hambre y la ignorancia de los muchos, mientras los pocos continúan afianzando su poder.

Esto que hemos dicho de la comunicación por medio del transporte sería igualmente válido de las otras formas de comunicación, incluidas aquellas que ustedes

mismos representan: porque la situación del mundo presente provee un impulso hacia la utilización malsana de esos medios de comunicación. Esa posibilidad ha significado también un factor importantísimo en el fenómeno que comentamos del auge asombroso de las técnicas y de los medios de comunicación en nuestras sociedades.

2. Con lo que hemos dicho hasta ahora, usado a modo de “telón de fondo” que representa nuestra perspectiva, quisiera que nos adentremos, apenas un poco, en el mundo bíblico, para tratar de descubrir pautas para nuestras andanzas en este campo.

2.1 En el segundo relato de la creación (Gen. 2) se nos dice que Dios le dijo al hombre-Adán que les pusiese nombre a los animales que Dios mismo había traído a su presencia (v. 19,20). Hay aquí, evidentemente, un paralelismo con el primer relato, el de Gen. 1. En éste, Dios dice y lo que dice es. O, como afirma el anónimo autor de la Epístola a los hebreos: “Los mundos han sido dispuestos por la palabra de Dios, de suerte que de lo invisible ha tenido origen lo visible” (11.3), y San Pablo: “Dios... llama a la existencia lo que no existe” (Rom. 4.17). Nótese el énfasis que hay en todos estos textos en *la palabra* o el *llamar*. Es decir, la palabra es aquí palabra *creadora*. Y cuando Dios crea al ser humano lo dota también de palabra creadora. Así como el acto creador, en tanto palabra, es comunicación, aquellos que son creados a la imagen y semejanza del Creador (el hombre y la mujer) son creados *para la comunicación*, es a saber, el uso de la palabra. Otro tanto podría decirse – aunque necesariamente en otro orden – de la creación no-humana. Por ello el salmista puede exclamar que “los cielos cuentan (o sea, dicen) la gloria de Dios y la expansión *anuncia* (es decir, proclama) la obra de sus manos” (19.1).

Ahora bien, la palabra dada al hombre es palabra creadora. Porque al tener la capacidad de poner nombres a los animales (y, por extensión, a todo cuanto le rodea), el ser humano se crea su propio mundo; es decir, hace manejable aquello que está a su alrededor, lo incorpora al ámbito de su propia experiencia inmediata y, por ello, lo transforma de caos, desorden y fealdad en cosmos, orden y belleza.

En este que podríamos denominar “primer estadio”, la palabra es creación, acción. No hay divorcio ante una y otra.

Otro elemento aparece en estos relatos de la creación que es digno de destacarse: esta creación de Dios *es comunidad*. El Dios que crea por su hablar también interpela a su creación y espera respuesta de ésta. Creo que ése es el sentido de toda la tradición profética y del tan repetido “así ha dicho Yahvé”.

2.2 En el Nuevo Testamento, Jesús se nos presenta como la *Palabra*. Hace unos años escribí lo siguiente, que viene al caso: Jesús “es, ante todo, la Palabra. Es decir, ‘la Palabra [que] se hizo carne’. Él es, en cierto sentido, la vuelta al principio, la restauración de la unidad primigenia entre el *decir* y el *hacer*, o sea, la reconstrucción del *ser*. No del ser “metafísico”, como entidad abstracta de un hombre que *no es* realmente; sino del ser del hombre que es ante todo entidad histórica que *dice* y *hace*, cuyo decir es un hacer y cuyo hacer es una manera de decir” (LOS MILAGROS TAMBIÉN SON PARÁBOLAS, p. 30).

Jesús se nos presenta en las paginas del Nuevo Testamento como el Dios comunicativo, que quiere dialogar con el hombre a quien él le dio el poder dialogante de la palabra. Por eso el Dios de la Biblia no es el dios-respuesta, ni siquiera el dios-explicación

de la filosofía aristotélica. Porque el Dios que se nos revela en Jesús, el de Nazaret, es una palabra que se dijo y que está diciéndose todavía. Porque es un Dios-invitación.

El relato de Juan evangelista pone énfasis en otro elemento igualmente significativo. Es lo que podríamos denominar como la dimensión social de la encarnación. Dice, en efecto, en 1.14, que “la Palabra se hizo carne y habitó entre nosotros”. El verbo que suele traducirse por “habitar” significa realmente “poner la tienda de campaña”, lo cual remitía al lector antiguo a dos experiencias del pueblo de Israel: la de las tiendas de campaña puestas durante el tránsito hacia la tierra de promisión, y la del tabernáculo, pues a éste se refería con la misma palabra que para tienda de campaña. Jesús es, por tanto, el Dios que se hace peregrino, que habita en tiendas de campaña como los demás mortales y con los demás mortales. Hay aquí, insistimos, una dimensión comunitaria. La Palabra que es Cristo es palabra que se pronuncia en el seno de la comunidad humana (“habitó entre nosotros”) y *para* la comunidad humana (“habitó entre nosotros”). Cualquier intento de reducción individualista de esta Palabra traiciona su sentido propio. Otro aspecto, que no vamos a comentar, incluido en esta afirmación bíblica, es el *carácter histórico* de la palabra, que es el carácter histórico de la acción salvífica de Dios.

3. Y como última parte de estas reflexiones mal pergeñadas, quisiera destacar algunos otros elementos teológicos que dicen directamente de nuestra tarea y responsabilidad como comunicadores cristianos.

3.1 El teólogo alemán Jürgen Moltman ha dicho, en su libro ESPERANZA Y PLANIFICACIÓN DEL FUTURO, que pertenece a la propia naturaleza de la exégesis bíblica su proclamación. Es decir, que la predicación cristiana no es, estrictamente hablando, una opción de la Iglesia, sino una exigencia del hecho mismo de que esa Iglesia interpreta las Escrituras.

No podría ser de otra manera a partir de la comprensión del ser humano como criatura de la palabra y *para* la palabra. Y no olvidemos que, como ha dicho Míguez, “el ser cristiano es una potenciación de lo que significa ser humano” (*Ensayos Ocasionales*, año IV, Núm. 1-2, junio de 1977), y no una negación de la humanidad de lo humano.

Si la Iglesia se fundamenta en el Cristo encarnado y resucitado, se fundamenta en la Palabra-con-nosotros que nunca muere. Y esa palabra requiere por sí misma ser dicha.

Hay, por supuesto, muchas maneras de decir la Palabra. Recordemos lo antes sugerido de que en las categorías bíblicas no solo no hay contradicción entre palabra y acción sino que, más aún, la palabra es para *ser hecha* y cuando es hecha *está sendo dicha*. De la misma manera que según el dicho de don Miguel de Unamuno “el hombre es hombre por la palabra”, la Iglesia que *no* pronuncia la palabra ha dejado de ser Iglesia. Es decir, la misión de la Iglesia – que consiste esencialmente en decir la palabra, según la perspectiva que comentamos – no es una tarea opcional, sencillamente porque es la misión de Dios mismo, por no decir que es Dios mismo dándose continuamente.

La tarea que ustedes han asumido – y que consiste en una forma específica de este decir (o comunicar) la palabra – adquiere hoy una importancia que no puede subvalorarse, *como parte de la tarea total* de pronunciar para el hombre la Palabra de Dios.

3.2 Pero, como ya hemos señalado, la palabra que es Cristo *se da en el seno de la comunidad*. Ello tiene varias implicaciones importantes, para nuestro trabajo específico. Señalo algunas de ellas:

### 3.2.1 *Nuestro decir la palabra es parte del decir la Iglesia la palabra de Dios.*

Con frecuencia nos dejamos llevar por el afán decir cada uno nuestra propia palabra, desligados de los otros que también tienen una palabra que decir. Las causas de esta multiplicación de palabras son muchas, y ya las vemos en el mismo Nuevo Testamento.

Los “hombres-islas”, que antes mencioné como casos patológicos, pueden darse también en la forma de comunidades que, como tales, se aíslan de otras comunidades con las que no quieren establecer ninguna comunicación. La negación de la *ecumenía* es negación de la comunidad, en su sentido más amplio y más pleno.

La palabra cristiana deber ser palabra de la comunidad cristiana, porque en la diversidad de los matices y hasta en las contradicciones puede descubrirse la riqueza múltiple de la verdad.

Si algo debe caracterizar la relación entre los cristianos es el asumir una actitud dialógica. Se ha dicho que “la verdad es el fundamento de todo diálogo auténtico” (Armando Vargas, “Ensayos Ocasionales”, *ibid.*, p.31). Yo añadiría que más bien el fundamento es la conciencia de la posibilidad de estar al menos parcialmente equivocados. Es decir, la verdad, no en tanto posesión (que es lo que de hecho ha cerrado el diálogo, en muchos casos particulares), sino como *búsqueda siempre inacabada*,

En nuestra tarea – en la tarea de ustedes – todos estamos embarcados en esa búsqueda.

### 3.2.2 En segundo lugar, el hecho de que la palabra de Cristo se da en el seno de la comunidad implica que es palabra pronunciada en *orden a la creación de comunidad*.

Las comunicaciones cristianas (que no son otra cosa que el uso “en cristiano” de las comunicaciones), – y, en este caso, el uso cristiano de la literatura en general – han de estar orientadas hacia ese mismo fin. En un mundo en el que impera la descomunicación, nuestra tarea es la de tender puentes, luchar para que la proximidad hecha posible gracias a los aportes de la ciencia y de la técnica se torne en projiunidad.

A este respecto quisiera hacer referencia a algunos elementos que aparecen en el título de estas reflexiones.

Primero, lo expresado por el término TRANSFORMACIÓN. Toda la tradición cristiana afirma la necesidad y la posibilidad tal transformación, en lo que llamamos la conversión. Pablo lo expresa bellamente: “Dejaos transformar por la nueva mentalidad” (Rom. 12:2). El mensaje de Jesús fue un llamado al arrepentimiento (*metánoia*) como requisito esencial para la incorporación a las tareas del Reino por medio de la fe (Mr. 1:14, 15). Ahora bien, la transformación es tanto de la persona como de la comunidad. O, dicho de mejor manera, la transformación de la persona se da *en* el seno de la comunidad.

Aquí es necesario precisar, – me parece –, nuestra perspectiva. A veces se ha dicho que la conversión de las *personas* (individualmente consideradas) llevará a la transformación de la sociedad. Creo que ni bíblica ni históricamente podrá probarse la veracidad de tal aserción. Porque las “relaciones sociales” necesitan también ser redimidas. Es eso que solemos llamar las “estructuras de la sociedad”. La transformación tiene que operarse en ambos niveles simultáneamente. Porque en casos harto frecuentes es la estructura social (expresada, por ejemplo, en la legislación, o en las relaciones de producción) la que provee la ocasión o el acicate para la práctica de la injusticia (y es ella misma injusta). Si el cristiano y las instituciones cristianas (como aquellas que ustedes representan) van a ser fieles a esta misión de transformación (aun cuando reconozcamos que en última instancia es Dios quien la realiza), tendrán que atacar la tarea como un aporte a la creación de comunidad y de comunidades (y nunca como elemento disgregador).

3.2.3 Y en un mundo que vive bajo el signo de la *injusticia*, esa palabra creadora de comunidad tiene que asumir una función profética, que implica, ante todo, liberarse del egoísmo propio (a veces inconscientemente, de un intento de hacer la voluntad de Dios).

En su obra HACIA UNA PASTORAL LATINOAMERICANA el pastor Emilio Castro pone un ejemplo de las formas sutiles en que se reviste un cierto “egoísmo de grupo” que no toma en cuenta seriamente la injusticia. Dice él:

“Recuerdo haber leído una carta de un grupo misionero que quería comprar una radio en Brasil. La radio costaba aproximadamente \$100,000 y ellos tenían \$75,000 nada más. De repente se produce un proceso inflacionario en Brasil, cae el valor de la moneda brasileña y los \$75,000 alcanzan para pagar en cruzeiros lo que antes valía \$100,000. Como resultado, una carta daba gracias a Dios porque su mano poderosa se había mostrado para permitir eso. Claro que el costo de la inflación lo pagaron los miserables que viven en las favelas de Rio o de São Paulo o de otras ciudades brasileñas. Pero que eso provocara más hambre para el pueblo no pasó por la mente de aquellos hermanos” (p. 38).

Creo que este caso es ejemplo de un tipo de egoísmo inconsciente que permea muchas de nuestras acciones comunitarias. Liberarse de él es imperativo para ejercer, a través de los diferentes instrumentos de comunicación, la labor profética que a la Iglesia le corresponde ejercer por la interpósita mano de todos sus agentes.

Si fue cierta la crítica de que la religión es opio del pueblo (referida a la religión que sancionaba como legítima la explotación), la literatura cristiana de esta parte del siglo XX deberá evitar a todo coste convertirse en el medio de transporte de un opio semejante. Lo podré hacer en la medida en que esté al servicio de la justicia y no asuma actitudes complacientes con miras mercantilistas. Para ello deberé asumir también una función pedagógica *en todos os niveles* (desde la literatura de Alfalit para los recién alfabetizados hasta la dedicada a profesores universitarios; desde la literatura infantil hasta la dedicada a hombres y mujeres maduros). Función pedagógica que no habrá de reducirse a la mera repetición de las palabras de la Biblia, sino que buscaré descubrir las condiciones que provocaron el impacto de la presencia de Jesús resucitado y recrear, en nuestra situación, las condiciones para que se produzca hoy el efecto equivalente en nuestra sociedad, por la presencia del mismo Jesús resucitado.

En relación con esto, mucho se ha dicho acerca de la presencia y significado de los pobres y necesitados en el testimonio bíblico y de su lugar en el evangelio de Jesús. Escritores cristianos y librerios cristianos en América Latina habrán de reflexionar más concretamente sobre las implicaciones de estos análisis para sus propios trabajos.

Gracias.