

*DOSSIER*

*MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
E IGLESIA CATÓLICA EN EL  
MÉXICO CONTEMPORÁNEO*



# Presentación

La relación que ha tenido la Iglesia católica con los medios electrónicos de comunicación ha sido tensa tanto a nivel global como en México. La aparición de nuevos medios de difusión vinculados a revoluciones tecnológicas propias del siglo xx favoreció una serie de respuestas diversas por parte de la institución eclesial. La aparición de la radio, la televisión, el cine y también los nuevos medios digitales de finales del siglo xx obligaron a la Iglesia católica a modernizar su participación en varios *mass media* a lo largo del siglo pasado. El comunicador Olallo Rubio, en un reciente podcast disponible en la Net radio Convoy, llamado Contra Propaganda, le dedicó dos episodios a la Iglesia católica.

Esta institución ha echado mano a lo largo de su historia de una gran variedad de métodos, recursos y técnicas encaminados a mantener e incrementar su número de seguidores. Durante siglos, la propaganda de la Iglesia católica ha evolucionado adaptándose con gran maestría a los cambios culturales y tecnológicos. En la Edad Media la propaganda se realizaba principalmente a través de sermones e impactantes obras de arte como frescos y esculturas. La Iglesia utilizaba estos recursos auditivos y visuales para enseñar a las personas analfabetas la mitología bíblica. Con la llegada de la imprenta, en el siglo xv, comenzó a imprimir libros, folletos y panfletos para difundir sus creencias. Los jesuitas, una de las múltiples órdenes religiosas dentro de la Iglesia, fueron los más eficaces en la producción de

propaganda escrita, ya que sus publicaciones ayudaron a combatir la propagación de las ideas protestantes durante el periodo de Reforma en el que Europa rompió el yugo de la Iglesia medieval y permitió el desarrollo de las naciones Estado modernas. A finales del siglo XIX y principalmente en los siglos XX y lo que va del XXI la propaganda religiosa se masificó gracias a los medios de comunicación como la radio y la televisión. [Rubio y Coello 2023].

Este dossier pretende analizar algunos casos muy puntuales que permitan acercar al lector a las estrategias que ha seguido la Iglesia católica para expresar su doctrina en múltiples medios desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la reciente pandemia de COVID-19.

Es innegable el peso que han tenido los medios de comunicación de masas y su diversidad, tanto como canales de información como formadores de la opinión pública. La prensa nacional, local o las publicaciones de diverso género, dirigidas a sectores muy específicos, contribuyeron a formar o deformar los imaginarios de sus lectores. La Iglesia católica no se mantuvo ajena a ello, sino que se involucró en múltiples publicaciones. Uno de los retos para esta institución ha sido ocupar esos medios masivos para poder seguir llevando su mensaje a un mundo cada vez más secularizado.

La presente propuesta se inscribe en las dinámicas de globalización de creencias vía las industrias culturales y los medios de comunicación, sin negar el impacto económico y político que conllevan esas propuestas. Pretende ofrecer una reflexión teórica y empírica basada en estudios de caso mexicanos sobre las transformaciones y persistencia en la manera en que el mundo católico ha querido mantenerse vigente en diferentes formatos de comunicación: revistas, homilías y publicaciones en redes sociales.

El expediente presta especial atención a producciones escritas que buscan atender a sectores tan diversos como lo son las juventudes, los laicos comprometidos y el público en general. Desde temas sociales, culturales o políticos, la Iglesia Católica a pesar de las restricciones de las leyes mexicanas, ha sabido utilizar los medios de comunicación, institucionales o no, para poder incluir en la agenda nacional los temas que le preocupan.

Si bien este tema ha sido más estudiado en el norte de Europa y en Estados Unidos, aún son escasos los estudios sobre África y América Latina. Por ello, el expediente que se propone pretende ser un espacio para analizar este fenómeno en México y poder despertar reflexiones similares en otros espacios del mundo hispanoparlante. Nos parece fundamental cuestionar desde la sociología, la historia, la teología y las ciencias de la comunicación los cuáles han sido los cambios y las permanencias en las prácticas comunicativas de la Iglesia católica y la forma en que creyentes y no creyentes reaccionan frente a ellas.

Este dossier presenta cinco artículos en los que, desde muy diversas perspectivas, se da cuenta de la manera en que la Iglesia se ha ido apropiando de las nuevas herramientas comunicativas, aunque cabe decir que, generalmente, su impacto a través de estos medios se ha dado como una reacción inevitable ante la importancia que éstos han adquirido.

El primer artículo, titulado: “*Chiquitín: una historietita para la renovación espiritual y moral de México (1945-1963)*”, escrito por Gabriela Díaz Patiño, desarrolla un análisis sobre la relación entre la Compañía de Jesús y las historietas, retomando en particular una revista pasada, *Muchachos*, editada por la editorial jesuita *Obra Nacional Buena Prensa*. En su reflexión, la autora analiza detalladamente un medio de comunicación de masas que logró tener un impacto durante las décadas en las que fue publicado. Claramente todo esto refleja dinámicas sobre la modernidad que los jesuitas estaban desarrollando. La autora contextualiza la edición de *Chiquitín*, considerando los antecedentes históricos en México, en particular el trabajo y la inversión de esta orden religiosa para su edición. Interesante el hecho de que, técnicamente, incorporan las más recientes herramientas en el diseño y en la impresión de esa época.

Siguiendo este recorrido, avanzamos una década y entramos plenamente en los setenta con el artículo: “«El capitalismo no es cristiano». La problemática económica de Sergio Méndez Arceo en sus homilías”, escrito por Andrea Mutolo. Se retoma aquí un medio comunicativo poco estudiado, pero muy relevante en México, las homilías. El autor profundiza en la relevancia de este medio en auge con la reforma litúrgica postconciliar, que vino a cambiar el tradicional sermón. El autor considera que, en la celebración litúrgica, la palabra fue adquiriendo en esos años un papel fundamental. Analiza las homilías del obispo de Cuernavaca, Sergio Méndez Arceo, concentrándose en algunos discursos que subrayan las problemáticas económicas. Este artículo analiza el enfoque marxista del jerarca, en particular se evidencia cómo la lucha de clases podría solucionar problemáticas vinculadas a la extrema pobreza de México y de América Latina.

El tercer artículo, a cargo de Valentina Torres Septién y Torres, se titula “*Signo de los tiempos y los medios de comunicación (1983-2023)*”. Este texto retoma la historia de una revista católica editada durante 40 años ininterrumpidos por una institución que promueve la Doctrina Social Cristiana. Esta reflexión desarrolla una perspectiva interesante, considerando la doble cara que tiene la revista: por un lado, un contenido que retomaba las prioridades de la Iglesia católica, institucionalmente hablando y, por otro lado, una sensibilidad y una apertura a las problemáticas sociales entre migración y nuevas pobrezas. Partiendo de un análisis cuantitativo, la autora hace un

censo muy detallado de todos los autores de la revista, distinguiendo entre laicos y religiosos, catalogando las temáticas principales de la revista en torno a los retos comunicativos de la Iglesia en el periodo postconciliar y contemporáneo. Con este estudio muy preciso, el lector puede aclarar muchas dudas sobre la historia y los contenidos de *Signo de los tiempos*, pero fundamentalmente se puede apreciar cómo la Iglesia fue apropiándose de los medios de comunicación en las últimas cuatro décadas.

Siempre en el marco de las revistas católicas, tenemos a continuación el artículo de Nora Pérez-Rayón y Elizundia, titulado “El semanario *Desde la Fe* en la coyuntura de las elecciones de 2006 en México”. A diferencia del artículo anterior, la autora se enfoca aquí en el análisis político de los editoriales de una revista diocesana que pertenece al Arzobispado de México. En particular, se estudia el contexto electoral de 2006 en México y la lucha por la presidencia entre el entonces candidato perredista Andrés Manuel López Obrador y el futuro ganador de la contienda, Felipe Calderón. La autora insiste en subrayar el tono moderado que aparece en los editoriales, con contenidos que reclaman el deber de la ciudadanía de expresarse por medio del voto en el periodo preelectoral. Terminadas las elecciones, la revista acepta los resultados favorables a Felipe Calderón, sin manifestar abiertamente alguna preferencia. Según este análisis, el arzobispo de México, Norberto Rivera, en sus discursos se muestra más abierto y agresivo respecto al perfil ponderado en *Desde la Fe*. Este artículo ofrece un aporte muy relevante, considerando que, en este periodo, esta revista fue una referencia importante, dado que en muchos medios de comunicación masiva se citaban constantemente los contenidos de sus editoriales.

Yves Bernardo Roger Solis Nicot escribe el quinto y último artículo: “E-vangelización católica y Web 2.0 en tiempos de pandemia en México”. En este caso tenemos un autor que deja de lado los tradicionales medios de comunicación para entrar plenamente en el siglo XXI y profundizar en el uso masivo de la Internet por parte de los católicos. Este artículo analiza el contexto mediático del catolicismo, examinando herramientas como TikTok, Facebook live y YouTube. Su reflexión se enfoca en algunos casos en México, en los últimos años, en particular en el periodo de la pandemia. Estas herramientas han permitido la recuperación de la cercanía entre los sacerdotes y la feligresía. Por ejemplo, TikTok ha abierto nuevas posibilidades a los sacerdotes católicos para repositionarse en un contexto de profunda reconfiguración del fenómeno religioso.

Por primera vez en México se analizan, en un número monográfico de una revista académica, algunos de los principales medios de comunicación dentro del catolicismo entre la primera mitad del siglo XX y la actualidad.

Sabemos bien que esta es únicamente una gota de agua en un océano; sin embargo, consideramos que podría ser un inicio respecto a posibles rutas pioneras en estas temáticas fundamentales para poder comprender los fenómenos religiosos en la actualidad o en su historia.

Ciudad de México, 26 de octubre de 2023

Yves Bernardo Roger Solís Nicot  
Valentina Torres Septién y Torres  
Andrea Mutolo

#### REFERENCIAS

**Rubio, Olallo e Iván Nieblas (Voces de Olallo Rubio y Brenda Coello)**

2023 La Iglesia católica. Primera parte (Episodio 05 de Podcast en audio del 4 de abril). ContraPropaganda. Convoy. <<https://convoynetwork.com/home/podcast/206/episode/16914>>. Consultado el 25 de abril de 2023.

