

perspectivas de diálogo

CENTRO
PEDRO
FABRO

MONTEVIDEO
URUGUAY

LEY DE EDUCACION:
UN CIRCULO VICIOSO
DESPOLITIZAR POLITIZANDO

perspectivas de diálogo

director:

Andrés Assandri

equipo redactor:

Centro Pedro Fabro

caratulista:

Yim-Cheung-Koon

redacción y administración:

Agracida 2974 - Montevideo
teléfono: 29 74 66

Con la debida aprobación

precio del ejemplar: \$ 150.—

Año VII — Octubre 1972 — Nº 68

225 La ley del más fuerte

229 Reflexiones sobre la Fe

Caminos de la Fe

Roberto Viola

233 Propaganda y desenvolvimiento
económico

Ramón Abel Castaño Tamayo

249 Obispos, militantes y socialismo
Presentación

Ricardo Antoncich

Texto del Documento

Comisión Episcopal Francesa

LA LEY DEL MAS FUERTE

La Iglesia ha entendido siempre que en el campo de la educación se juega una etapa fundamental del desarrollo de la persona.

Esa valoración se expresa elocuentemente en el enorme esfuerzo dedicado a lo largo de los siglos a través de sus instituciones educativas, corroborado por numerosos documentos del Magisterio.

Por no citar sino uno de los más recientes, el Concilio Vaticano II dice en el Proemio de la Declaración sobre la Educación: "El Santo Concilio Ecuménico considera atentamente la importancia gravísima de la educación en la vida del hombre y su influjo cada vez mayor en el progreso social contemporáneo".

En nuestro país es conocida la tradicional actitud de la Iglesia en defensa de los derechos de los padres a la educación de los hijos, frente a todos los intentos de avasallamiento por parte del Estado. Ha entendido y entiende la Iglesia (y no hay ningún documento que permita pensar que haya cambiado en esta materia) que la educación es un proceso demasiado importante como para ser confiado a las variabilidades y arbitrariedades posibles de un grupo político, sea liberal, socialista o fascista. Por el contrario la educación es un proceso que concierne a toda la comunidad, y toda ella debe tener participación activa en sus asuntos a través de organismos intermedios.

El Proyecto de Ley de educación General pone nuevamente sobre el tapete estos problemas.

Lo dicho y escrito en estos días sobre el tema ofrece posibilidades más que suficientes para estar informado. No es nuestra intención repetir los argumentos que se han manejado. Aquí sólo propondremos algunas reflexiones generales.

I

El actual Diputado Julio M^a Sanguinetti, siendo Ministro de Educación y Cultura anunció que con este Proyecto se "nacionalizaba" y "despolitizaba" la Educación.

En realidad, el Proyecto no nacionaliza la Educación sino que la ESTATIZA. Más adelante veremos que en realidad la convierte en un instrumento del Poder Ejecutivo.

En el Art. 1º del Proyecto se declaran los nuevos límites de esta estatización: "La planificación, dirección, y promoción del pro-

ceso y de la política educativa en el territorio nacional corresponden al Estado, a través de sus órganos competentes, de conformidad con la Constitución y las Leyes." Si a esto agregamos la ingerencia que el resto del Proyecto otorga al Consejo Nacional de Educación comprobamos hasta donde puede llegar esta estatización.

Dejando de lado el problema —fuera de nuestra competencia— de la constitucionalidad de estos textos, queda claro que el Estado se convierte en gendarme de la Educación con enormes poderes que van desde la dirección y planificación hasta la facultad de imponer una conducta a los padres respecto a la formación de los hijos. "Los padres, tutores y encargados de los educandos menores de edad tienen la obligación de colaborar en el cumplimiento de esta Ley..." (Art. 33). "Los padres, tutores y encargados de educandos menores, cuando lo requieran los Directores de los establecimientos de educación, estarán obligados a prestar la máxima colaboración para prevenir daños y hacer desistir a los educandos menores bajo su dependencia, de cualquier actitud o comportamiento considerado ilícito o prohibido" (Art. 34).

Esta estatización implica muchas cosas por su amplitud y penetración en la vida del educando y la familia. Aquí sí podríamos decir que queda comprometido "nuestro estilo de vida". Porque "estilo de vida" significó, entre nosotros, el más cuidadoso respeto por los derechos del educando y de los padres a la educación de sus hijos. Tradición educativa que resistió con éxito todos los ataques proyectados y se encarnó en una escuela y un liceo promotores de hombres con vocación de diálogo dentro de una sociedad pluralista.

La Iglesia estuvo siempre alineada del lado de las fuerzas que defendían esa tradición afirmada, por otra parte, en el Art. 68 de la Constitución.

También en la instancia presente se han sumado las voces de grupos cristianos (algunas enérgicas, otras tímidas) a la protesta expresada por las organizaciones profesionales, gremiales y de base. Llama la atención entonces la posición de algunos sectores católicos que a través de su silencio no advierten que no basta un cambio de palabras (en que se exceptúa por ejemplo la prohibición de los emblemas religiosos) para justificar ese silencio (o peor aún actitudes ambigüas que darían a entender un apoyo tácito). Porque lo que está en juego no es sólo la defensa de la escuela católica, sino de la educación como proceso de realización del hombre total.

Hoy no aparece amenazada de caer en desgracia la escuela católica (en los tiempos que corren nadie se siente seguro de pronosticar en materia de caídas y desgracias) en tanto pueda ser utilizada como adormecedora de conciencias, pero sí están amenazados los derechos de la educación. Algunos católicos parecen

olvidar el compromiso de Medellín en favor de una educación liberadora... para todos. En la medida que cierta educación cristiana no se reencuentre consigo misma no ofrece peligro.

Hay quienes creen que como educadores y religiosos les está vedado pronunciarse sobre problemas políticos o gremiales. Pero no se considera que en este caso más que en ningún otro no pronunciarse activamente es ya tomar partido.

II

Un segundo rasgo que interesa destacar en este Proyecto es que —se dice— pretende evitar la politización.

Decíamos más arriba que este Proyecto estatiza la Educación. Precisamos ahora que de acuerdo a la composición y funciones del proyectado Consejo Nal. de Educación, esa estatización se convierte en una abierta politización de la Educación, pues en realidad donde el Proyecto dice Estado bien podría decir Poder Ejecutivo sin violentar el contexto ni los contenidos.

El Consejo Nal. de Educación será integrado por cinco miembros (Art. 15) que "serán designados por el Presidente de la República en acuerdo con el Consejo de Ministros previa venia de la Cámara de Senadores otorgada sobre propuesta motivada en las condiciones personales y la versación en los asuntos de la Educación general. Dos de los designados por lo menos deberán ejercer o haber ejercido la docencia por un lapso no menor de cinco años. El Presidente y Vice Presidente del Consejo —que se denominarán Rector y Vice Rector respectivamente— serán designados por el Poder Ejecutivo."

¿Cómo entender entonces la despolitización anunciada?

El gobierno quiere controlar el fenómeno educativo. Comprende que los jóvenes no presentan buenas disposiciones para integrarse sumisamente a un régimen prepotente y carente de planes capaces de emprender el camino de recuperación y unidad nacional que todos esperamos.

El gobierno sabe que si la juventud se empeña en la crítica al sistema el futuro de los intereses y clases que defiende no es auspicioso. Precisamente se politiza la educación para impedir la politización de los estudiantes.

Se politiza la educación en el sentido que veíamos, con la intervención directa del Poder Ejecutivo, designando a un Consejo Nal. de Educación que tendrá por cometido una función represiva. Se politiza la educación en el sentido de hacerla dócil al gobierno. Pero precisamente se politiza —intervención del poder político para despolitizar— impidiendo la formación de una conciencia política.

Con esto no estamos apoyando sin más, la realidad existente en nuestros medios estudiantiles, ni las formas que ha tomado con frecuencia la actividad gremial.

Decimos sí que la formación de una conciencia política, la creación de un sentido de responsabilidad y solidaridad con la sociedad total, la canalización de energías para integrarse al proceso nacional (que por ser proceso supone cambios, y por tanto crítica de lo que debe cambiar) es parte esencial de la educación. . . .

Si esta formación se ha realizado en la forma conflictiva que conocemos ello se debe a que la juventud vive hoy problemas muy específicos, y busca aportar nuevos valores que no ve expresados en la sociedad que los adultos le entregamos. Pero la respuesta a esta situación no debería ser la aplicación de un peyorativo rótulo de politización, —con la siguiente represión de toda manifestación crítica— sino un sincero escuchar del mensaje que las nuevas generaciones nos aportan para poder encauzarlo dentro del proceso nacional. Se confunde entonces politización con politiquería. Esta última es el uso interesado que se hace del poder; la segunda, en cambio, es el aprendizaje laborioso, la formación de una conciencia preocupada por los problemas sociales, en los problemas de los semejantes, que intentan buscar soluciones razonables, prácticas y generosas.

III

Hay una tercera ambigüedad que nos interesa señalar en este casi índice temático. Se trata del papel jugado por la ideología.

Recordemos la propaganda pre-electoral de ciertos grupos políticos que acusaban a otros de oscuros proyectos de copar la educación; se les atribuía la intención, en caso de acceder al poder de estatizarla, de derogar el derecho de los padres sobre los hijos, de desencadenar una persecución ideológica de profesores y alumnos, de acusar ante los tribunales por mera sospecha de delitos que se configurarían según las circunstancias, etc.

Ahora bien, esos sectores no triunfaron. Sus denunciantes de ayer, hoy en el poder, a menos de un año de ejercerlo, proyectan realizar exactamente lo que ayer criticaban.

Hoy vemos que se trata de justificar ese viraje en 180°. Quienes ayer defendían que aquello era malo (porque lo suponían en los otros) hoy lo defienden como bueno porque va contra los otros.

Y esta concepción según la cual lo bueno o lo malo se determinan según sea quien detente el poder es serio. Muy serio —deja abiertas las puertas a toda arbitrariedad— y hace tastabillar los fundamentos mismos de todo orden jurídico.

PERSPECTIVAS DE DIALOGO.

REFLEXIONES SOBRE LA FE

Continuamos compartiendo con nuestros lectores amigos algunas reflexiones sobre la Fe.

En la entrega anterior, A. Assandri nos presentaba el proceso de la crisis de fe de muchos cristianos comprometidos y los interrogantes o exigencias que nos legan.

En este número de PERSPECTIVAS DE DIALOGO R. Viola nos señala dentro de las iniciativas de la pastoral que intenta acompañar a los cristianos en su compromiso, las adquisiciones como los caminos sin salida.

CAMINOS DE LA FE

Roberto Viola

Dentro del marco de la serie de artículos publicados bajo el nombre genérico de "Reflexiones sobre la Fe" desearía ver si, en el camino recorrido por la Iglesia en los últimos años, se puede de alguna manera "balizar" la ruta, señalando algunas latitudes-longitudes que muestre su contorno concreto: el mapa de viaje.

I

Esas "reflexiones" planteaban el problema de aquellos cristianos o grupos cristianos, que "abiertos al proceso eclesial toman conciencia de su responsabilidad en la marcha de la sociedad global y de su capacidad de construir un futuro y asumen un compromiso político. Pero que luego confrontados con la acción y sus urgencias, eligen una ideología ya elaborada, que les permite situarse y actuar". El problema, se presenta aquí: la Fe comienza a ser un punto de referencia cada vez más lejano, tan lejano que puede quedar reducida a

una inspiración de la acción que termina por convertirse de hecho, en algo inútil. El diálogo Fe - Mundo se diluye en este caso en una acción cuyas opciones se hacen ya sin referencia a la Fe". (1)

Este tipo de grupo ha sido objeto de valoraciones muy diferentes. Unos los consideran como habiendo perdido prácticamente la Fe, yendo por un camino claramente equivocado. Otros, por el contrario, los endiosan, como a los "verdaderos cristianos de nuestro tiempo" concientizados, comprometidos, constituyendo —obligados por la inercia de la "masa" de cristianos— una especie de Iglesia subterránea o paralela. Ninguna de estas opciones resuelve el problema real que esos cristianos viven y plantean a la comunidad eclesial, más allá de las apreciaciones.

Y ante todo ampliemos la descripción anterior, preguntándonos cuál es el punto de vista del responsable pastoral: ¿cómo los responsa-

(1) Ricardo Cetrulo; *Perspectivas de Diálogo* N° 63, pág. 69.

bles pastorales, viven la situación de estos grupos a los que acompañan? Los numerosos encuentros tenidos, tanto nacionales como internacionales, dan una respuesta bastante clara al interrogante anterior. Todos participamos en grados diferentes de un "desconcierto", que vuelve con frecuencia dolorosas dichas reuniones. No es raro que luego de largas jornadas de trabajo se llegue a preguntas simples y fundamentales: ¿qué es la pastoral?; ¿qué significa acompañar en la Fe a esos grupos? Para responder a esas preguntas se acude a un biblista, o a un teólogo o a un "experto" y cada uno de ellos hace lo que puede en una difícil tarea. Porque a estos responsables en "estado de desconcierto" no les falta por lo general información —aunque siempre se puede aprender cosas nuevas. El "dolor del grupo" cubre la zona de su **actuar pastoral**: de su manera de situarse frente a la Fe, a la Iglesia, a los diferentes grupos, a sus propios problemas personales. Hace unos años a la función del sacerdote, del responsable pastoral, se la definía fundamentalmente como una función de enseñanza, de formación intelectual, teológica, moral.

Más tarde esa postura pastoral entró en crisis. Se dice entonces que la función del responsable pastoral no es tanto de enseñar, como **acompañar** a los grupos, entre otros, aquellos que, como decía el articulista anteriormente citado "van tomando conciencia de su responsabilidad en la marcha de la sociedad global y de su capacidad de construir un futuro y asumen un compromiso político".

El paso de la primera posición, ("enseñar") de un ver cómo el plan de salvación de Dios, toma de conciencia, a saber, la necesidad que tenemos de una Fe encarnada en la vida y en la historia. No es suficiente la instrucción, es necesario la educación de la Fe, en el sentido de un ver cómo el plan de salvación de Dios, se realiza en nuestras vidas y en nuestra historia concreta. Al respecto la posición de la Iglesia en sus grandes documentos, como Vaticano II, Medellín, magisterio de Pablo VI, no deja lugar a dudas: no alcanza una mera instrucción, ni una mera exhortación a la prác-

tica de las virtudes, es necesario educar la Fe, encontrar la presencia de Cristo resucitado entre nosotros y descubrir su Voluntad en Nuestra Historia.

Pero no es lo mismo fijar la meta que andar el camino. Luego de la primera euforia que acompañó a las sesiones del Vaticano II y que se manifestó en el entusiasmo por una "Fe encarnada" y en una crítica aguda de "los tiempos pasados", los responsables, los sacerdotes, experimentaron que el divorcio entre la Fe y la Vida (denunciados por la *Gaudium et Spes* como uno de los grandes peligros de nuestra época) estaba en ellos mismos. Las comunidades cristianas, más sensitivas reclamaron la "prometida" educación de la Fe. El responsable admitió con disgusto que luego de haber dado 3 ó 4 conferencias sobre "la necesidad de una educación de la Fe adulta y encarnada en el quehacer histórico" su elocuencia se extinguía. Recurrió a los apuntes de seminario, a los cursos de catequesis recibidos, a las miles de páginas leídas y subrayadas, a eximios teólogos.

Todos estos aportes eran valiosos; pero faltaba algo fundamental. Entonces fuimos tomando conciencia que no teníamos los instrumentos necesarios para una tarea de educación de la fe. (2)

En artículos anteriores de esta misma sesión se destacaron aspectos importantes en la clarificación del tema. Entre ellos señalamos dos:

1º) Que el "conocimiento" de Fe no es meramente intelectual, sino que se opera dentro de un real compromiso con los otros.

"La Fe bíblica, que es la cristiana, se entiende a sí misma como una esperanza que no reconoce límites. Ni siquiera frente a la muerte. Pero eso se conoce y se formula únicamente estando comprometido realmente con el futuro del hombre. El cristiano cree que ese futuro existe, que el mundo tiene remedio, por-

(2) Los grandes documentos eclesiales cumplen una función importantísima, pero no son varitas mágicas. A veces sucede que aquellos mismos que escribieron o firmaron esos documentos se vuelven atrás, cuando no se deciden a pagar el precio inevitable para lograr los objetivos. Nuestra época ha visto casos dolorosos al respecto: en más de una ocasión aquellos que emprendieron ruta fueron luego abandonados, como si su búsqueda no hubiese sido impulsada por verdaderas necesidades eclesiales.

que Dios ha intervenido en la historia humana, y de modo especial en el hecho histórico llamado Jesucristo. La Fe cristiana no es una Fe pensada sino una Fe actuada. De ahí que no quede otra salida, si queremos conocer lo "específico cristiano", que practicar la justicia y el derecho. Porque sólo amando al otro conocemos verdaderamente al Otro. Porque sólo practicando la justicia conoceremos lo específico de nuestra Fe". (3)

2º) Que una Fe "ideologizada", es decir, reducida a un sistema pierde su carácter esencial de Buena Nueva. "Un viraje copernicano, una liberación de condicionamientos culturales que tienen cautiva a la Palabra de Dios; en lo profundo, un reencuentro con lo más auténtico de la Fe y la radicalidad del Mensaje Cristiano que tiene vigencia fundamental para la historia: éste es el legado de los que parten". (4)

En estas líneas nos preguntamos: sin duda que el conocimiento de Fe se obra dentro de un compromiso real, que "solo quien practica la justicia conoce lo específico cristiano", pero cómo? Porque no todo compromiso con los hermanos es educación de Fe.

Sin duda que es necesario "desideologizar" la Fe, pero cómo hacerlo para no caer en la substitución de una ideología por otra?

La Iglesia en los últimos años avanzó no sólo en el terreno de la reflexión teológica, sino también en el terreno del "como" pastoral. Su caminar nos da pautas para colocar algunas "balizas" que costaron años de trabajo y búsqueda y que no conviene olvidar.

II

A efectos de esta demarcación dividamos las enseñanzas en dos sectores que llamaremos: caminos sin salida y adquisiciones.

Los llamados caminos sin salida, poseen un signo tan positivo como las llamadas adquisiciones. Los unos y los otros constituyen las dos caras de un mismo proceso. La distinción por lo tanto está hecha al solo efecto de una mayor claridad en la exposición.

(3) Alejandro Bonasso; *Perspectivas de Diálogo* Nº 66, pág. 71.

(4) Andrés Assandri; *Perspectivas de Diálogo* Nº 67.

Caminos sin salida

1) Algunos responsables pastorales imaginaron que luego de un tiempo de búsqueda, de unos cuantos años azarosos, se llegaría a descubrir un itinerario pedagógico aplicable a todos que simplificaría la tarea de educación de la Fe. Se pensó también, que se llegaría a una sistematización, a cierto tipo de libro, de texto, en donde ya todo estuviese dicho, las respuestas dadas y el camino en cierta forma predeterminado.

Comprometidos en esa búsqueda, nos damos cuenta de que esa idea pertenece a un pasado irrecuperable. Sin duda que es necesario crear material que ayude a los grupos y a los responsables y sin duda que necesitamos esclarecer y sistematizar los procesos pedagógicos, pero la educación de la Fe supone necesariamente una atención al grupo, a sus necesidades, a su proceso que rechaza lo **totalmente** predeterminado.

2) Dentro de esta búsqueda de cómo acompañar a los grupos, algunos pensaron que el camino de la educación de la Fe era la no-directividad total, o sea, el responsable pastoral se integra como uno más del grupo sin ninguna planificación ni preparación. En oposición al profesor que dicta cátedra se visualizaba un responsable pastoral desprovisto de toda función que no sea la que surja del mismo grupo. Esta no-directividad total y generalizada conduce en muchos casos a una frustración y derrumbe de los grupos que luego de pasado cierto tiempo tienen la impresión de estar atascados en las mismas dificultades.

3) Un tercer camino que se muestra sin salida, consiste en exigir tantas condiciones previas para la predicación de la Fe que ésta nunca llega. Nadie duda que la predicación de la Fe no puede ni debe hacerse en forma indiscriminada, que está íntimamente ligada al crecimiento del grupo o persona, que tiene etapas que no se pueden ignorar...

Pero estas etapas no siempre son etapas cronológicas. Así sostener como principio universal que primero hay que concientizar y luego evangelizar. Que primero es necesario que

determinados grupos abandonen sus prácticas rutinarias para luego comenzar una tarea de evangelización. Que primero es necesario que un grupo se afiance humanamente para luego entrar a discutir temas de Fe. Que primero hay que resolver todas las dificultades para luego entrar en una práctica de oración, o sacramental... Una mentalidad excesivamente cronológica es un camino sin salida.

Adquisiciones

He aquí algunas adquisiciones de estos años de búsqueda:

1) Necesidad del grupo y función del responsable dentro del mismo. Entre la no directividad total y la función estricta de profesor se sitúa el campo educacional que comporta la actividad del grupo y dentro de esa actividad la función específica del responsable pastoral.

2) La acción pastoral debe encarnarse en las situaciones cambiantes de nuestro mundo, es decir, no podemos pensar en una acción pastoral ajena a la situación.

Permítaseme citar el Nº 5 de las conclusiones del Congreso Internacional de Roma, de Catequesis, que dice así: "Las situaciones del hombre que el anuncio del evangelio dice transformar y salvar son múltiples y cambiantes. Para señalar algunas el Congreso estuvo particularmente atento a la situación de las Iglesias jóvenes que trabajan en países nuevos de rápido cambio social. Desarrollo y anuncio del mensaje deben transformarse en una obra de liberación de todo el hombre. Entonces la catequesis manifestará que la verdadera salvación del hombre no puede venir más que del Verbo encarnado y esa salvación aportada por Jesús, tiene la fuerza de transformar al mundo incluso en sus aspectos sociales y políticos".

3) La conciencia de que la educación de la Fe es una tarea permanente en la vida de la Iglesia y del cristiano. Si la educación de la Fe es ir descubriendo el plan de Dios y la Buena

Nueva en nuestra historia, ello se realiza a lo largo de toda la vida del hombre y las comunidades.

4) La educación de la Fe tiene que comportar una experiencia continua de la Fe en la oración, la confrontación bíblica, la meditación, los sacramentos. A veces a los grupos se los ha acompañado de forma excesivamente intelectual, sin tener juntos una vivencia de Fe.

5) Todo ese proceso de educación de la Fe se inserta dentro de un proceso de educación y promoción personal y comunitaria. La Educación de la Fe se entronca dentro de un crecimiento personal y colectivo, con una toma de conciencia de nuestras responsabilidades, no sólo laborales y familiares sino también políticas.

CONCLUSION

Cada uno de los puntos de referencia enumerados bajo el título de "caminos sin salida" y "adquisiciones" puede ser mucho más desarrollado y subdividido. También se pueden encontrar otras formas de balizar el camino.

Existen grupos como el que analizábamos "cuya fe comienza a ser un punto de referencia cada vez más lejano" y existen otros que sienten vivamente la presencia de Cristo entre nosotros, que lo han descubierto en el trabajo solidario, en la oración común, en la pobreza compartida, en la lectura del Evangelio...

Esta gran diversidad posee puntos de confluencia, lugares de sintonía que por regla general se los traduce en un lenguaje teológico de innegable riqueza. Pero esa sintonía puede y debe también ser expresada en otros lenguajes.

Balizar una ruta no es solo marcarle una dirección y un punto de llegada, sino también indicar las curvas, los puntos, los levantamientos de terreno, los túneles, los desvíos...

Carentes de estas señalizaciones reharemos mil veces el mismo camino y tropezaremos con la misma piedra.

PROPAGANDA Y DESENVOLVIMIENTO ECONOMICO

Ramón Abel Castaño Tamayo, abogado, tiene una larga trayectoria en el Centro de Medios de Comunicación Social de Medellín. Estudioso de los Medios Masivos ha colaborado en reuniones a nivel latinoamericano sobre este fenómeno y acaba de publicar LA PUBLICIDAD: UN FRENO AL DESARROLLO (Ediciones Tercer Mundo, Bogotá).

Ramón Abel Castaño Tamayo

1. — CONCEPTO DEL DESARROLLO

Durante el tiempo transcurrido a partir de la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo económico-social ha venido a constituir una preocupación fundamental de los gobiernos del llamado "Tercer Mundo", en el entendimiento de que puede ser acelerado mediante la intervención activa del Estado en el proceso económico.

Tal preocupación adquirió una dimensión universal al ser formulada expresamente por la XVI Asamblea General de las Naciones Unidas, en la Resolución Básica número 1.710, en la cual, se proclamó la década de los años 60 como el "DECENIO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO", y se le fijó como objetivo: "acelerar el avance hacia una situación en la que el crecimiento de la economía de las diversas naciones y su progreso social se sostengan por sí mismos, de modo, que en cada país insuficientemente desarrollado se logre un considerable aumento del ritmo de crecimiento, fijando cada país su propia meta y tomando como objetivo un ritmo anual de crecimiento del 5 por ciento del Ingreso Nacional Global al finalizar el decenio" (1).

* El texto que ofrecemos a nuestros lectores es la ponencia que el Dr. Ramón Abel Castaño Tamayo presentó al 1º CONGRESO NACIONAL UNIVERSITARIO DE PROPAGANDA. San Pablo, julio 3 al 7 de 1972.

(1) "DECENIO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Propuesta para un programa de acción". NN.UU., New York, 1962.

Pero, si bien ha habido un consenso universal acerca de la posibilidad y la necesidad de acelerar el desarrollo, no lo ha habido en relación con el concepto mismo, con el diagnóstico del problema ni con los sectores estratégicos del sistema socio-económico a los cuales debe aplicarse la función dinamizadora del Estado para impulsarlo.

Durante muchos años se identificó el desarrollo con el crecimiento económico (2), a base de la simple observación histórica y del concepto teórico formulado en la ley de J. B. Say de que "cada oferta crea su propia demanda". Tal concepción llevó al criterio equivocado de que la condición necesaria y suficiente para un acelerado desarrollo económico-social es la expansión de la producción y la oferta de mercado, mediante elevadas tasas de ahorro e inversión; complemento de esta estrategia era la concentración del ingreso en una pequeña clase capaz de realizar los ahorros necesarios y de llevar a cabo las inversiones adecuadas para acelerar el proceso económico. Se suponía que el simple incremento del ahorro y la inversión pondría en movimiento toda una serie de mecanismos automáticos que inducirían un incremento del empleo, de la producción y del ingreso

(2) Así: J. Arthur Lewis, en su "TEORIA DEL DESARROLLO ECONOMICO" (Fondo de Cultura Económica, México 1958) afirma que "desarrollo es crecimiento de la producción por habitante... su tema es el crecimiento y no la distribución. Es posible que crezca la producción, y, sin embargo, que la masa del pueblo se empobrezca". Pág. 9.

y la consiguiente elevación del nivel de vida de toda la población.

Aunque éste fue el proceso histórico y la experiencia visible a lo largo de los siglos XVIII y XIX, bajo las formas del capitalismo competitivo, la experiencia en el siglo XX ha demostrado que no siempre el ahorro se concreta en inversión y desarrollo, si su concentración se traduce en falta de demanda solvente en la gran mayoría de la población. Por otra parte, una concepción más humana del bienestar —que es a lo que tiende el desarrollo integral— ha conducido a la conclusión de que éste se alcanza más fácil y óptimamente mediante un consumo racional aplicado a satisfacer necesidades espontáneas, que mediante un amplio y a veces desproporcionado sistema de producción aplicado a satisfacer necesidades manipuladas.

De acuerdo con una concepción más humana, el desarrollo es, simultáneamente, crecimiento y evolución, en los órdenes social, cultural y económico, y en un doble aspecto: cualitativo y cuantitativo. A nivel de la sociedad total, J.L. Lebreton⁽³⁾ lo define como “el paso de una población determinada, de una fase menos humana a una fase más humana, al ritmo más rápido posible, al costo menos elevado posible y teniendo como base la solidaridad entre los pueblos”.

Esta concepción más amplia del desarrollo, reiterada en la más reciente doctrina social de la Iglesia Católica⁽⁴⁾, tiene plena validez en el orden económico, en cuanto que una expansión de la producción —que es lo que identifica el crecimiento— no es posible sin mercado, es decir, sin una adecuada redistribución de los ingresos que alcance a toda la población. Por ello, casi todos los expertos coinciden actualmente en el entendimiento de que el presupuesto fundamental del desarrollo es la justicia social. Este consenso fue acogido, a nivel del Tercer Mundo, por la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

(3) “DYNAMIQUE CONCRETE DU DEVELOPEMENT”, pág. 28.

(4) Ver p. ej. “POPULORUM PROGRESSIO” Nos. 11 a 13 y los documentos de “JUSTICIA” y “PAZ” del Celam.

reunida en Ginebra en 1964, en cuya acta final se expresa: “El progreso económico y el social van juntos. Si persisten los privilegios, los extremos de riqueza y de pobreza y la injusticia social, no podrá alcanzarse el objetivo del desarrollo. Si se prescinde de la dimensión social y cultural del desarrollo, el progreso económico no podrá, por sí solo, proporcionar ningún beneficio duradero”.

En este contexto integral, la propaganda comercial, política e institucional, tiene un influjo considerable, positivo o negativo; en sí misma, como sector consumidor de excedente económico (donde alcanza una gran dimensión), puede ocasionar distorsiones en los precios, en la distribución de los ingresos y en la producción misma; como elemento de las políticas de ventas, puede tener el efecto benéfico de activar el desarrollo al estimular la producción y la competencia en los precios y en la calidad de los bienes, o bien, puede frenarlo si se aplica a manipular demandas artificiales para una superproducción de monopolio; como base financiera principal de algunos medios de comunicación social y única de otros, puede coadyuvar al desarrollo, favoreciendo una programación constructiva y promocional en la radio y la televisión, o puede estorbarlo con programas alienantes y masificantes; puede estimularlo favoreciendo en tales actitudes dirigidas a las reformas de las estructuras, o puede impedirlo apoyando la oposición a tales reformas; puede activarlo favoreciendo la elección de gobiernos progresistas, o estorbarlo mediante la conformación de gobiernos retardatarios.

2. — FACTORES DEL DESARROLLO. EL EXCEDENTE ECONOMICO.

Aunque el contenido del desarrollo no es, exclusivamente económico, el aspecto económico es fundamental. La economía es la ciencia del bienestar material componente muy importante del bienestar general, aún entendido dentro de una escala de valores éticos.

En este contexto, los factores del desarrollo son, obviamente, los mismos factores de

la producción, a saber: el trabajo, los recursos naturales y el capital. Pero, además, hay factores extra-económicos, cuya enumeración es más o menos comprensiva, según las escuelas y los autores.

La escuela Keynesiana considera como factores dinámicos el desarrollo de una adecuada provisión de recursos naturales, una población creciente y activa (que provea, simultáneamente, mano de obra y mercado) y un aporte de tecnología. John Kenneth Galbraith (5), enumera como elementos fundamentales del desarrollo: la pericia (o conocimiento técnico), el capital, la mano de obra calificada, un Estado eficiente, justicia social y un plan eficaz para conjugar racionalmente todos los elementos anteriores.

Todo plan de desarrollo real, en concepto de las Naciones Unidas (6) debe comprender: 1) objetivos y metas globales, sobre todo en función del ingreso nacional y el empleo; 2) un programa de inversiones públicas, con distribución de los gastos de desarrollo entre los principales sectores, sobre todo para constituir la infraestructura económica y social; 3) una proyección de las inversiones privadas en los principales sectores; 4) medidas de política, sobre todo en cuestiones fiscales, financieras, de comercio exterior, de moneda extranjera y de inversiones extranjeras, para estimular, dirigir e influir las inversiones privadas; 5) un programa para financiar las inversiones públicas y privadas de fuentes nacionales y extranjeras, incluido de un modo particular el presupuesto nacional y el presupuesto de moneda extranjera; 6) programas por sectores relativos a proyectos específicos; 7) políticas destinadas a introducir cambios fundamentales de instituciones, incluidas la reforma agraria, la política laboral, etc.

En toda esta enumeración se nota la insistencia en la provisión de recursos de capital. Aunque no suficiente, la disponibilidad de capital es condición necesaria para acelerar cualquier proceso de desarrollo. Ahora bien, tal disponibilidad de capital puede provenir en parte muy limitada de fuentes externas —a través de la cooperación internacional— pero, fundamentalmente, debe ser provista por el ahorro nacional. En otros términos, una condición *sine qua non* del desarrollo, es la formación de un excedente económico para incrementar la capacidad productiva.

El excedente económico en cada país depende lo mismo de la estructura de su siste-

ma de producción que de los patrones de consumo. Paul A. Barán (7) hace una distinción, muy útil a los efectos de nuestro estudio, entre *excedente económico real* y *excedente económico potencial*, entendiendo por el primero lo que la teoría keynesiana considera simplemente como *ahorro*, y definiendo el segundo como "la diferencia entre la producción que podría obtenerse en un ambiente técnico y natural dado, con la ayuda de los recursos productivos utilizables (sin ningún desperdicio) y lo que pudiera considerarse como consumo esencial". Siguiendo estos lineamientos, el excedente será tanto mayor y el desarrollo tanto más acelerado cuanto mayor sea el volumen de empleo de trabajadores y de recursos productivos y la productividad de los mismos; cuanto menor sea el desperdicio en el proceso de producción; cuanto menor sea el número de los trabajadores improductivos y cuanto más se concrete la producción y el consumo a lo estrictamente esencial.

La realización del excedente económico potencial presupone, según Barán:

"una organización más o menos drástica del proceso de producción y distribución del producto nacional e implica cambios de gran alcance en la estructura de la sociedad. Este excedente aparece bajo cuatro aspectos distintos: el *primero* es el consumo excedente de la sociedad (predominantemente de los grupos de altos ingresos, pero en algunos países —como los Estados Unidos— también de las llamadas clases medias); el *segundo* es el producto que pierde la sociedad por la existencia de trabajadores improductivos; el *tercero* es el producto perdido a causa de la organización dispendiosa e irracional del aparato productivo existente; y el *cuarto* es el producto no materializado a causa del desempleo, el cual se debe fundamentalmente a la anarquía de la producción y a la ineficacia de la demanda efectiva."

La actividad económica dentro de un criterio racional de valoración, debe concretarse, pues, a un proceso *eficiente* de producción, para satisfacer las necesidades de un consumo *esencial*. Como lo veremos en detalle más adelante, la publicidad y las políticas

(5) "PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO ECONOMICO".

(6) "DECENIO DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO".

(7) "THE POLITICAL ECONOMY OF GROWTH", traducción de Natan Warman, Fondo de Cultura Económica, México, 1964, págs. 40 y ss.

de ventas pueden cumplir una función social constructiva y conducente a las finalidades del desarrollo, estimulando el consumo —y consiguientemente la producción— de bienes necesarios para la satisfacción de las necesidades *reales* de la mayoría de la población, como también puede cumplir una función antisocial de crear *falsas* necesidades y manipular el consumo (y consiguientemente la producción) de bienes innecesarios para satisfacerlas. He aquí el tema fundamental de esta ponencia.

Si examinamos las cuentas nacionales de muchos países, encontramos en ellas cifras de gran significación correspondientes a la producción de bienes para los cuales hay que crear las necesidades, de otros que no satisfacen ninguna necesidad (como los empaques desechables) y de servicios que en realidad no pueden englobarse en la producción sino en el consumo y que ocupan un gran sector de trabajadores que aún los economistas de tendencia liberal no vacilan en calificar como *improductivos*.

Así, según Adam Smith (8):

“aún el trabajo de algunos de los órdenes más respetables de la sociedad es semejante al de los servidores domésticos y no produce ningún valor... el soberano, por ejemplo, con todos los funcionarios, tanto de justicia como de guerra, que sirven a sus órdenes, con toda la marina y el ejército, son trabajadores improductivos. Son los servidores del público y son mantenidos por una parte del producto social.”

Para una mayor precisión, debemos considerar una diferencia de grado entre el desempleo abierto, el empleo irracional (en el que el trabajador, aún productivo, genera bienes que la sociedad no necesita; o no realiza la función para la que tiene una mayor aptitud) y el empleo improductivo, como el aplicado a servicios que no tienen una contrapartida en la producción.

Claro está que en todo sistema económico, aún los organizados más racionalmente, además de los costos de Producción (es decir, del ingreso nacional que remunera una producción real de bienes y servicios útiles para

satisfacer necesidades reales) es menester asignar los gastos de funcionamiento de un necesario (aunque limitado) sector comercial, y el excedente económico debe aplicarse en parte a remunerar unos eficientes servicios de gobierno, de culto, de asistencia social y de cultura (9). Cabe, pues, aquí una distinción entre *trabajo improductivo necesario* y *trabajo simplemente improductivo*.

Concretándonos a la producción no basta eliminar los desperdicios y alcanzar la mayor eficiencia (se pueden producir bienes inútiles con la mayor eficiencia); es necesario, además, aplicarla a satisfacer prioritariamente los objetivos del desarrollo para dar a éste un mayor dinamismo. Como es bien sabido por los economistas, el sistema productivo se divide en dos sectores: 1) *el de los nuevos bienes de producción* y 2) *el de los bienes de consumo*. Estos sectores deben operar en una forma proporcional (aunque variable en cada etapa del desarrollo), para que la economía alcance su objetivo de proveer la máxima satisfacción a toda la comunidad, al menor costo. De otra manera, si se incrementa desproporcionadamente el excedente para la inversión, se reduce el bienestar social de modo directo e inmediato y se incurre en el absurdo de “la producción por la producción misma”, a través de un incremento perturbador de los equipos y herramientas; y si, de otra parte, merced a un exagerado distribucionismo de tipo populista, activado por la propaganda, se incrementa demasiado el consumo y se reduce el ahorro y el excedente para la inversión, viene la contracción del equipamiento y el deterioro de la capacidad productiva del sistema económico y, consecuentemente, también el estancamiento y aún la contracción del nivel de vida de manera mediata y más o menos remota.

Pues bien: los dos fenómenos descritos ocurren, paradójica y simultáneamente, en las dos porciones en que (desde el punto de vista del desarrollo) se divide el mundo capi-

(8) “WEALTH OF NATIONS”, Edición Modern Library, pág. 195.

(9) La educación ha llegado incluso a considerarse, correctamente, como una inversión en los más modernos esquemas del desarrollo.

talista. En efecto, en las potencias industriales, por razón de una dinámica ineludible que estudiaremos más adelante, la acumulación de un excedente desproporcionado, convertido en exceso de capacidad productiva, lleva al absurdo de la *producción como un fin* y del *consumo como un medio*. En tanto que en los países subdesarrollados, las necesidades del consumo, manipuladas por la propaganda, absorben la casi totalidad de la producción nacional, y el ahorro para la inversión y el desarrollo llega a ser insignificante.

Esta diversidad de circunstancias obliga a los países pobres a adoptar, mediante un adecuado planeamiento del desarrollo, una estrategia de operación de todo el sistema económico (de la producción, el mercadeo, el financiamiento, la distribución y el consumo) totalmente distinta de los patrones que rigen los países avanzados.

Para los países pobres es cuestión de vida o muerte (y no de simple oportunidad) adoptar los mecanismos adecuados para la eliminación progresiva de la producción y el consumo no esenciales, del trabajo improductivo no necesario, del desperdicio de recursos productivos y del desempleo. El problema radica, en la fase del diagnóstico, en la dificultad de hallar en la práctica la justa medida de lo que debe entenderse por *trabajo improductivo* y por *consumo no esencial*; y en la etapa de la ejecución de los planes, en la capacidad y la suficiente energía del Estado para imponer patrones racionales de consumo y producción y para llevar a la realidad las reformas estructurales necesarias para proveer la redistribución del ingreso y la expansión de la demanda solvente del mercado, en el grado requerido para eliminar el desempleo. En cuanto a lo primero, como lo advierte Paul Barán, la identificación de los cuatro componentes del excedente potencial —o, más precisamente, de los elementos que impiden su realización— tropieza con no pocas dificultades... “el concepto mismo de excedente potencial trasciende el horizonte del orden social existente, al relacionarse no

sólo con la actuación fácilmente observable, de una organización socio-económica dada, sino también con la imagen, menos fácil de concebir, de una sociedad ordenada en una forma más racional”.

En cuanto a la capacidad del Estado para racionalizar el proceso de desarrollo y llevar a cabo las reformas de estructura requeridas, muy frecuentemente se ve limitada por la presión de los grupos económicos que controlan los mecanismos de poder y los factores de dominación (empezando por los canales que orientan la opinión pública). Una prueba de ello es el muy relativo éxito alcanzado en los intentos de reforma de la estructura de la propiedad y de los sistemas de tributación, a que se obligaron solemnemente los países latinoamericanos comprometidos en la Alianza para el Progreso.

Volviendo a la primera cuestión, o sea a la de la simple formulación de unos patrones racionales de consumo y producción, el mismo Barán destaca la dificultad comparando la época feudal y la primera fase del capitalismo competitivo.

“De hecho, afirma, si se mira desde el punto de vista del feudalismo, era esencial, productivo y racional todo lo que resultaba compatible con el sistema feudal... lo no esencial, improductivo y dispendioso, era todo aquello que interfería... el funcionamiento normal del orden existente...”

Pero una vez que la burguesía, en lucha contra estos principios destruyó el sistema feudal e instauró el modo de producción capitalista, los criterios de valoración cambiaron completamente, y

“fue desechada hasta la simple pregunta sobre la productividad o esencialidad de cualquier tipo de actividad que se realizara en la sociedad capitalista. Al elevar el fallo del mercado al papel de único criterio de eficacia y racionalidad... (se) niega toda respetabilidad a la distinción entre consumo esencial y no esencial, entre trabajo productivo e improductivo, entre excedente real y potencial. Se justifica el consumo no esencial, arguyendo que proporciona incentivos indispensables; se glorifica el trabajo improductivo, alegando que contribuye indirectamente a la producción; se defienden las depresiones y el desempleo, considerándolos como el costo del progreso, y el despilfarro, considerándolo como un requisito previo de la libertad.”

La última ratio para justificar la irracionalidad es el principio de la *soberanía del consumidor*; así, Scitwsky (citado por Baran) afirma a este respecto que "si comenzamos a dudar de la capacidad del consumidor para decidir lo que le conviene, nos lanzamos a un camino en el cual es difícil detenernos y terminamos por desechar todo concepto de soberanía del consumidor". Desafortunadamente este concepto no es tan amplio como el de *soberanía nacional* o el de *sufragio universal*, que, al menos teóricamente, alcanza a toda la comunidad, sino restringido al sector social que dispone de ingresos y provee demanda solvente, y que frecuentemente es minoritario; y, lo que es más grave, la soberanía del consumidor no se concreta en comportamientos racionales y espontáneos sino manipulados por la propaganda. La simple observación de los patrones de producción y de consumo en las potencias industriales, nos revela que un gran volumen de su producción consiste en novedades, reales o aparentes, que la gente no desea y para las cuales hay que crear la demanda por medio de la publicidad compulsiva.

Llegamos aquí al tema fundamental de esta ponencia, a saber: el papel de la propaganda en un proceso económico regido por el sistema de la libre empresa, y su diverso influjo según se aplique a economías muy evolucionadas o a economías de un desarrollo retrasado.

Un presupuesto fundamental del desarrollo en los países pobres es crear un excedente económico (a través del ahorro) indispensable al incremento sustancial de la inversión, el empleo y la producción; y, además, llegar a la mayor precisión acerca de los conceptos de trabajo productivo y de consumo esencial en la actual circunstancia histórica, para cimentar un orden de prioridades en la producción y un comportamiento racional en el consumo. La acción de la publicidad en este campo es decisiva, tanto para el bien, si se la emplea correctamente, como para el mal, si se abusa de su poder prácti-

camente incontrastable.

Otra muy distinta es la estrategia en los países ricos. Mientras que en el mundo subdesarrollado la valla fundamental que se opone al progreso económico, del lado de la oferta, es la falta de excedente capitalizable, el proceso de acumulación de capital ha llevado a los países industrializados al extremo opuesto: a la presencia de un excedente económico perturbador y al consumo de derroche, manipulado por la propaganda, como remedio temporal contra la depresión y el paro seculares. Voy a ocuparme en primer lugar de este aspecto del problema, cuyo análisis provee elementos de juicio para una mejor apreciación del proceso en los países pobres.

3. — LA PUBLICIDAD EN EL CONTEXTO DE UNA SOCIEDAD OPULEN- TA.

Históricamente, bajo el régimen de la gilda medioeval y en las fases iniciales del capitalismo competitivo, la publicidad era meramente informativa. No existía generalmente el problema de una excesiva acumulación de excedentes, y la producción estaba inspirada en otros principios: se producía para el consumo inmediato, para prestar un servicio dentro de unos límites racionales. El proceso de concentración de la grande industria y de acumulación del capital en monopolios y oligopolios, ha cambiado el contenido y la orientación del sistema productivo; ahora es necesario planear en todos sus detalles una producción masiva destinada inicialmente al almacenamiento antes de llegar al mercado; aparte de los grandes requerimientos de capital para proveer el equipamiento y financiar la acumulación de grandes stocks, la gran producción moderna se apoya en la base inconsistente de las expectativas de los empresarios acerca de la demanda futura, todo ello dentro del marco de una contradicción fundamental, a saber: que el sistema de producción, por lo general, no genera los ingresos necesarios ni provee a la comunidad los canales de

distribución adecuados, para evacuar, a precios remunerativos, todo el volumen de bienes producidos, y cuya venta es, en buena parte, tarea de la propaganda.

Este fenómeno es descrito, con elocuente sencillez, por el cooperólogo norteamericano James Warbasse, en los siguientes términos (10):

"A medida que las máquinas que se introducen en la industria pueden producir más de lo que los trabajadores pueden comprar y consumir, sus dueños empiezan a buscar mercados; de aquí surge un complejo mercantil completamente desequilibrado. La mayor parte del pueblo trabaja por un salario y luego lo gasta para adquirir las cosas para vivir. *Pero se comprueba el hecho extraño de que no puede comprar con lo que gana todo lo que ha producido.* Si el trabajador produce una riqueza de cuatro dólares al día y recibe sólo tres por su trabajo, solamente podrá gastar por día esos tres, con lo cual no puede adquirir lo que ha producido. *El excedente de riqueza, por valor de un dólar, no puede usarlo todo el propietario que lo retiene, y entonces trata de venderlo.* Pero no puede hacerlo en su país porque el trabajador apenas puede comprar las tres cuartas partes. Entonces trata de vender el remanente en el extranjero, pero allí tampoco puede hacerlo porque se presenta el mismo fenómeno. Los trabajadores de todo el mundo no pueden obtener el ingreso necesario para comprar todo lo que el trabajo ha producido... La parte del producto del trabajo que el trabajador está imposibilitado de adquirir, permanece en poder de aquellos que retribuyen insuficientemente al obrero. *Se hace lo inconcebible para inducir a la gente a comprar más de lo que puede... y así tenemos por un lado el negocio de la publicidad y por el otro el de las ventas a plazo y los bancos con sus hipotecas y vencimientos...* (pero) las masas consumidoras simplemente no disponen de fondos para comprar. Lo que les falta es la diferencia que va del costo de producción a los precios de venta... la cifra de la ganancia... la cual señala el peso abrumador que rompe las espaldas del mundo (11)... *El dinero se invierte para poner en marcha aquellas empresas que pagan más.* El asunto que decide si ha de ser un molino harinero o una fábrica de cigarrillos... es cuál dará más dividendos. Y con las fortunas realizadas en la industria, el rico derrocha en lujos que requieren todavía más industrias, aunque las más elementales necesida-

des de millones de personas queden sin satisfacción..."

El proceso de acumulación indefinida de excedente en forma de medios de producción, conduce a la larga al paro y al estancamiento seculares, como lo previnieron ya Keynes y Alvin Hansen (12): o sea que habrá una tal abundancia de medios de producción en poder de un sector reducido de la sociedad, que la demanda efectiva inherente a un ingreso restringido para la mayoría de la población, será insuficiente para mantener en movimiento ese descomunal engranaje productivo, el cual termina en la parálisis.

Así lo entienden también Baran y Sweezy (13) cuando afirman:

"No sólo el excedente sino también la parte de éste en busca de inversión tienden a subir en proporción al ingreso total... la lógica es la siguiente: si el ingreso total crece a una tasa acelerada, entonces una proporción cada vez mayor debe destinarse a la inversión y el ingreso total debe aumentar en forma acelerada. *Lo que esto significa, sin embargo, es absurdo desde el punto de vista económico. Significa que un volumen cada vez mayor de bienes de producción tendrá que abandonarse, con el sólo propósito de producir un volumen aún mayor de bienes de producción en el futuro.*"

Y más adelante agregan (14):

"Por más vueltas que se le den, no hay forma de evitar la conclusión de que el capitalismo monopolista es un sistema contradictorio en sí mismo. Tiende a crear aún más excedentes y sin embargo es incapaz de proporcionar al consumo y a la inversión las salidas necesarias para la absorción de los crecientes excedentes y, por tanto, para el funcionamiento uniforme del sistema. Como el excedente que no se puede absorber no será producido, la consecuencia... es el estancamiento."

Sin embargo a corto plazo, las potencias industriales han podido conjurar el estancamiento, empleando mecanismos estatales reguladores de la economía, cada vez más coercitivos; mejorando las condiciones de la oferta gracias a los avances de la tecnología y a la explotación de ventajas comparativas

(10) "DEMOCRACIA COOPERATIVA". Traducción de Miguel y Silvia Angueira, Editorial Atalaya, Buenos Aires, 1945. Págs. 193 y ss.

(11) Con este mismo razonamiento, Henry Ford descubrió que pagando mejores salarios podía vender más automóviles.

(12) Ver la teoría del estancamiento secular, del Profesor Alvin Hansen, resumida por Paul A. Samuelson, en su libro ECONOMICS, Trad. Aguilar, pág. 394.

(13) Paul A. Baran y Paul M. Sweezy en: "EL CAPITAL MONOPOLISTA", Ediciones Siglo XXI, pág. 68.

(14) Baran y Sweezy, O. C. pág. 89.

en la operación de sus plantas en el exterior; mediante la evacuación irracional de excedentes a través de los gastos desmesurados en propaganda, los gastos militares y los vuelos espaciales y, sobre todo, manipulando el consumo en una escala sin precedentes, a través de mecanismos de producción y mercadeo igualmente irracionales, como la obsolescencia planificada, el efecto de demostración y las ventas a plazo, fuertemente por la publicidad compulsiva.

Ahora vamos a ocuparnos de la publicidad en el conjunto de los mecanismos indicados. A todo lo largo de la baja edad media del renacimiento y de los primeros tiempos del capitalismo competitivo, la publicidad cumplió una importante función de estimular la competencia, llevando al dominio público una información provechosa sobre los precios, la calidad de los bienes producidos y las funciones a que estaban destinados para satisfacer las demandas del consumidor. La publicidad era sustancialmente informativa y su dimensión era pequeña en relación a la de otros sectores del sistema económico. Pero el cambio de las formas de producción del capitalismo competitivo a las del monopolio y el oligopolio, y el espectro de la depresión materializado en un exceso de capacidad productiva, han determinado un crecimiento desmesurado del sector publicitario en el siglo XX, y un cambio cualitativo sustancial de la publicidad, de su inicial modalidad meramente *informativa* hacia un carácter abiertamente *manipulante*.

La diferencia teórica entre estas dos modalidades, fue puesta de manifiesto, ya desde 1931, por el economista E. H. Chamberlin (15) en los siguientes términos:

"La publicidad afecta a la demanda... alterando las propias necesidades. La diferencia entre esto y la alteración de los canales a través de los cuales se satisfacen las necesidades existentes, aunque oscurecidas en su aplicación práctica por el hecho que ambas con frecuencia están mezcladas, analíticamente está perfectamente clara. Una publicidad que simplemente exhibe el nombre de una marca, o de un fabricante en particular, quizás no diga nada. Sin embargo, si este nombre se hace más familiar a los compradores,

éstos se sienten impulsados a pedirlo de preferencia a las marcas de fábricas que no están anunciadas o no son conocidas. En forma similar, los métodos de ventas que se dirigen a las susceptibilidades de los compradores, que emplean leyes psicológicas con las que están familiarizados y, por lo tanto, contra las cuales no se pueden defender, las que los aterrorizan o los halagan o los desarmen, todos estos nada tienen que ver con su conocimiento. Crean nuevos esquemas de necesidades, cambiando el orden de sus motivos".

El carácter manipulante de la moderna publicidad es destacado por los más notables expertos de la mercadotecnia. Así, Louis Cheskin afirma (16):

"debido a que los consumidores saben poco de la mayoría de los productos, buscan etiquetas, marcas de fábricas o nombres de fábrica... un producto superior a los ojos de los consumidores; no necesariamente significa que sea superior en términos de valor objetivo o de acuerdo con las normas de laboratorio... estudios que se han llevado a cabo en los últimos años demuestran concluyentemente que los individuos son influidos por la publicidad sin darse cuenta de dicha influencia. Un individuo es motivado a comprar algo por un anuncio, pero con frecuencia no sabe qué es lo que lo motivó".

Y Emery, Ault y Agee afirman (17):

"La publicidad ha llegado a desempeñar un papel único, de capital importancia, en el funcionamiento del sistema económico norteamericano; nuestra habilidad para la producción de bienes y servicios ha alcanzado tal grado de desarrollo, que la producción no es ya nuestra principal preocupación... es a la circulación a la que corresponde la tarea básica de mantener un alto nivel de ocupación y de prosperidad general. Y, la circulación de bienes y servicios depende, en gran medida, del uso efectivo de la publicidad en los medios de difusión... La publicidad, al igual que las materias de que se vale para aumentar las ventas (promoción, diseño de productos, empaques, exhibidores en el lugar de ventas, relaciones públicas) están listos para entrar en acción".

El cambio cualitativo de la moderna publicidad la ha llevado a buscar el complemento de las actividades mencionadas en la cita anterior, las cuales no constituyen ninguna agregación de valor a los bienes producidos. Los cambios de diseño buscan dar apariencias distintas a los mismos bienes o

(15) "THE THEORY OF MONOPOLISTIC COMPETITION".

(16) "WHY PEOPLE BUY", New York, 1959.

(17) Edwin Emery, Phillip H. Ault y Warren K. Agee: "INTRODUCTION TO MASS COMMUNICATIONS". Traducción al español de Margarita Alvarez Franco, Ediciones Norma, Cali, Colombia, 1967.

darles una novedad aparente; los empaques desechables no tienen, generalmente, ningún valor en sí mismos, y en la mayoría de los casos, ni siquiera como medio de protección o de conservación de la mercancía, sino sólo como medio de darle apariencia, así muchas veces el empaque representa un costo superior a la mercancía misma; y las relaciones públicas están dirigidas a crear o a mejorar una imagen de la empresa ante los consumidores para demandar su confianza, exagerando sus atributos como progresista, como amiga de la cultura o del arte, como promotora de los deportes, como muy generosa en sus relaciones con los trabajadores, con el fisco o con los consumidores, etc.

La simple exhibición de las mercancías en forma atractiva, suscita el deseo de ellas a través de lo que se ha dado en llamar "efecto demostración", formulado en 1949 por James S. Duesenberry ⁽¹⁸⁾, y según el cual "el estar expuestos a un mayor surtido de bienes o a bienes de calidad superior, nos hace aumentar los gastos en esos bienes aunque nuestros ingresos no varíen" (y ello mediante el recurso a las ventas a plazo). Este comportamiento irracional en virtud del cual el gasto de consumo de cada familia depende más de los ingresos del vecino (de quien no querría quedarse atrás) que de los propios ingresos, es activado pasivamente por el solo influjo del cine, la televisión y las revistas ilustradas o por la simple exhibición de los productos en los lugares de venta o en las manos del consumidor; pero, principalmente, es activado en forma consciente, intencionada y sistemática por la publicidad aplicada a la obsolescencia planificada.

El Diccionario Webster's define el término *obsoleto* como fuera de uso. La obsolescencia puede ser de *función*, cuando el producto es superado por otro que presta mejor servicio; de *calidad*, cuando el producto se fabrica deliberadamente para un desgaste acelerado del conjunto o de algunas piezas claves, y de *atractivo* cuando, por efecto de la publicidad, puede tornarse anticuado o

(18) "INCOME SAVING AND THE THEORY OF CONSUMER BEHAVIOR".

pasado de moda, con ayuda de la publicidad.

Baran y Sweezy ⁽¹⁹⁾ ponen de manifiesto que "por el procedimiento de la obsolescencia planificada, productos que son realmente nuevos en diseño o apariencia, sirven sencillamente para los mismos propósitos que los antiguos que tratan de reemplazar. La diferencia puede variar desde un simple cambio en la envoltura, hasta los cambios anuales, enormemente caros, de los modelos de automóviles. Lo que tienen de común todas estas variaciones de modelos y productos, es que se rezagan con respecto al proceso de producción; la campaña de ventas, que empezó siendo un auxiliar de la producción, ayudando a los fabricantes a vender los bienes diseñados para satisfacer necesidades reconocidas del consumidor, crecientemente invade fábricas determinando lo que debe producirse".

Y Vanee Packard ⁽²⁰⁾ hablando de este mismo tema, dice lo siguiente: "La obsolescencia implica progreso en el proceso de producción, cuando el nuevo equipo supera el obsoleto en calidad y eficacia. Pero hablar de la obsolescencia en el consumo es una forma de inhumano desperdicio, adoptada como estrategia en los Estados Unidos, dizque para mantener el empleo y el crecimiento a cualquier precio".

Ahora bien, este "inhumano desperdicio" ha sido exaltado cínicamente como una gran virtud por connotados autores.

Así, Brooks Stevens, citado por el mismo Packard, afirma:

"Toda nuestra economía se basa en la obsolescencia planificada, y todos los que puedan leer sin mover los labios deberían saberlo para estas fechas. Fabricamos buenos productos, inducimos a la gente a comprarlos y al año siguiente introducimos deliberadamente algo que hará que los primeros resulten anticuados, fuera de moda, obsoletos... *no es un derroche organizado. Es una sólida contribución a la economía norteamericana*".

Y Paul Mazur, escribe:

"El estilo puede destruir por completo el valor de las posesiones, aunque su utilidad perma-

(19) Paul A. Baran y Paul M. Sweezy. O.C. Pág. 106.
(20) "THE WASTE MAKERS", traducido por Floreal Macía bajo el título: "LOS ARTIFICES DEL DERROCHE", Ediciones Sudamericana, Buenos Aires, 1961, págs. 66 y ss.

neza intacta... sin toda esta gama de operaciones de mercado, la ropa se compraría por su valor de uso; los alimentos se comprarían sobre la base de la economía y de su valor nutritivo; los automóviles perderían su carácter de indispensables y quedarían en poder de los mismos dueños durante 10 ó 15 años de vida útil; las casas se construirían y mantendrían de acuerdo con sus características de albergue, sin tomar en cuenta estilo o vecindario. ¿Y qué sucedería a un mercado que depende de nuevos modelos, nuevos estilos y nuevas ideas?”.

Louis Cheskin amplía esta absurda justificación del derroche y del fraude en los siguientes términos:

“La mayoría de los cambios de diseño se realiza, no para mejorar el producto, ya sea estética o funcionalmente, sino para tornarlo obsoleto” (21).

Con la obsolescencia planificada, aplicada al consumo, no se trata pues de dar una adecuada satisfacción a las necesidades naturales y espontáneas, sino de estimular el consumo de derroche para mantener en marcha un monstruoso aparato productivo y conjurar el paro, que puede ser determinado simultáneamente por el exceso de producción y de capacidad productiva y por el deficitario poder de compra de sectores muy amplios de la población. La práctica de la obsolescencia planificada y la manipulación publicitaria del consumo de derroche como alternativas del colapso económico, son puestas de manifiesto, como algo ineludible para el capitalismo monopolista, por Vance Packard, en el siguiente episodio de la reciente historia de los Estados Unidos: “La recesión de fines de la década del 50 sirvió como penetrante recordatorio para muchos del creciente dilema planteado por la necesidad de una producción cada vez más grande (22). Las recesiones no eran nada nuevo, pero ésta era la más grave de las tres de post-guerra. En muchas industrias las compañías se encontraron con considerables inventarios de mercancías y comenzaron a reducir la producción... A medida que la desocupación se convertía en un problema inquietante, una revista de estudio de mercados advertía que el trabajador desocupado no produce nada

que pueda ser enunciado y vendido, y que consume muy poco, aparte de lo indispensable... Los vendedores reaccionaron al desafío y pasaron a un programa de ventas realmente intenso. En Flint, Michigan, los dirigentes de ventas comenzaron a disparar un cañón cada vez que se vendía un auto. Los industriales y los dirigentes del gobierno instaron a los ciudadanos a que empezaran a comprar por su propio bien. En una conferencia de prensa se le preguntó al Presidente Eisenhower qué debería hacer el pueblo para vencer la recesión y él contestó: COMPRAR. ¿Comprar qué? CUALQUIER COSA.

Esta fue la señal para que todo el aparato de la propaganda se movilizara en una gigantesca operación dirigida a convencer a todo el mundo de que consumir cualquier cosa era un deber patriótico, y las tácticas para conseguirlo proliferaron, patentizadas en slogans como “una alfombra... un radio... un televisor... para cada alcoba”; “un auto para cada hijo”; “dos desodorantes: uno para él y otro para ella”; “el color de los zapatos, de las medias, de la cartera, etc., que hace juego con cada traje”; “unos anteojos, un reloj de pulso para cada vestido”; y lo inaudito: “dos casas para cada familia”.

Si. “UNA SEGUNDA CASA proporciona tremendos mercados para todos los que actúan en el campo de los materiales de construcción... la familia de dos casas tendrán tres o cuatro cuartos de baño, dos o cuatro aparatos de televisión, dos cocinas equipadas, cuatro a doce camas, alfombras, vajillas, etc.”. Y todo esto se hizo absolutamente necesario, imprescindible, por la acción de la publicidad.

Tales exaltaciones del derroche, activado por la propaganda y la obsolescencia planificada, podrían tener validez dentro de unos laxos patrones de valoración de una sociedad hedonista y materialista si la distribución fuera equitativa y los recursos superabundantes. Pero, en primer lugar, bajo los patrones de la distribución vigente en cada

(21) Citados por Vance Packard.

(22) Ver sobre “EL PRINCIPIO DE ACELERACION”, descrito por Paul A. Samuelson, en su obra ECONOMIC, 1ª Edición Aguilar, 1957, pág. 381.

país, apenas una pequeña clase opulenta, cuyas necesidades pueden ser manipuladas por la propaganda, es capaz de soportar el yugo de un consumo de derroche y el sobre-costos abrumador de la obsolescencia planificada; para la mayoría de la población todo esto ha llegado a convertirse en una verdadera pesadilla, dramatizada en el LAMENTO de Willy Loman, en "La Muerte de un Viajante" de Arthus Miller: "Una vez en la vida me gustaría ser dueño de algo antes de que se rompiera del todo. Siempre tengo que correr carrera con el tacho de los desperdicios. Termino de pagar el coche, y ya está en las últimas. La refrigeradora consume correas como una condena maniaca. Estas cosas las calculan de modo que cuando uno haya terminado de pagarlas, no sirvan para nada".

En segundo lugar; los recursos totales son escasos en relación con las necesidades de la humanidad entera, con el agravante de que muchos de ellos son agotables y de que su agotamiento ha llegado ya, en algunos casos, a niveles críticos. Vanee Packard afirma que los Estados Unidos, en los 40 años transcurridos desde la década del 20 y la del 50, insumieron más materias primas que toda la humanidad en los 4.000 años anteriores. Es obvio que, bajo estos modelos económicos de derroche, unos pocos países poderosos podrían subsistir temporalmente a costa de la miseria del mundo entero, pero, a la larga, vendría la parálisis universal por el agotamiento de muchos recursos básicos e insustituibles.

4. — LA PUBLICIDAD EN EL CONTEXTO DE UNA SOCIEDAD EN DESARROLLO.

Si bien, en una sociedad opulenta la publicidad y las actividades conexas que forman las políticas de ventas, pueden justificarse como un remedio temporal, aunque irracional, contra el estancamiento económico, otro muy distinto es el enfoque que debemos darles en los países pobres, donde las mismas prácticas, con los mismos métodos, pueden llegar a constituir un escollo insalvable al

progreso. En efecto, como hemos visto, el problema que se suscita en los países ricos, es el de la acumulación creciente de un exceso de producción de bienes para el consumo que una deprimida demanda de mercado no alcanza a evacuar por los canales normales, y de un acopio de medios de producción que, por la misma razón, no pueden ser empleados. Mientras que en los países pobres, el problema es el opuesto, o sea el de una baja capacidad de ahorro y, consiguientemente, su importancia para la formación del excedente económico necesario para impulsar un crecimiento auto-sostenido y garantizar una producción suficiente para satisfacer las necesidades básicas de toda la población.

La publicidad desorbitada, y las actividades conexas con ella, pueden entorpecer nuestro desarrollo de varias maneras: en sí mismas, en cuanto que, cuando llegan a adquirir una gran dimensión en el conjunto de los sectores económicos, pueden producir distorsiones en la distribución, en los precios y en la misma estructura de la producción; como impulsadoras de un consumo excesivo, pueden llegar a deprimir el ahorro nacional hasta límites muy bajos en relación con los requerimientos para el desarrollo; pero, además, indirectamente, pueden convertir los medios de difusión que sustentan con los ingresos publicitarios, en barreras de oposición a toda mudanza, o emplearlos directamente en canales de propaganda política e institucional para preservar el *statu quo* e impedir las reformas institucionales necesarias al desarrollo. Vamos a ocuparnos con algún detalle de todos los aspectos enunciados.

La publicidad en sí misma, como sector de la economía, puede llegar a constituir un factor de distorsión del ingreso y de los precios cuando, como ocurre en los Estados Unidos, llega a adquirir una gran dimensión. Ello en virtud de que los gastos publicitarios deben imputarse, dentro del sistema de las cuentas nacionales, al excedente económico generado por los sectores productivos y, en tal virtud, los ingresos de los publicistas y de los me-

dios publicitarios, sin contrapartida en el proceso de generación de bienes, contribuyen a elevar los precios, tanto más si la oferta es restringida por un deprimido sistema de producción.

Como afirma Baran y Sweezy, en su obra citada:

"La publicidad y todas las campañas de ventas en general se consideran como generadoras de ciertas distorsiones en la economía. Por una parte, puesto que se está de acuerdo en que los costos de la publicidad y de las ventas inciden sobre el consumidor (no como costos que *satisfacen* la demanda, cuales son los de la producción, sino como costos que *alteran* sus demandas), se sostiene que la proliferación de la publicidad causa una redistribución del ingreso; el ingreso de los consumidores se reduce, mientras que el de los publicistas y los medios publicitarios aumenta en la misma proporción".

Pero mucho más grave para los países pobres es el efecto deprimente de la publicidad sobre el ahorro. El obstáculo principal que se opone al desarrollo de estos países, del lado de la oferta, es la falta de capacidad de ahorro originada a su vez en la baja dimensión del producto bruto y del producto per cápita. Algunas comparaciones pueden ilustrar mejor esta tesis.

Así, mientras que el producto per cápita era en los Estados Unidos, en 1965 ⁽²³⁾, de 3.600 dólares y variaba en los países de Europa Nord-Occidental entre un máximo de 2.130 y un mínimo de 1.112, en Hispanoamérica era sólo de 371 dólares, en Asia Sud-Oriental de 118 y en Africa de 95. Pero lo más grave de este desequilibrio entre países ricos y pobres, es el lento ritmo de mejoramiento de los segundos; según Kahn y Wiener ⁽²⁴⁾, para alcanzar el nivel de vida que tenían los Estados Unidos en 1965, con las tendencias de crecimiento de la población y de la producción vigentes en ese año, el Brasil necesitaría 130 años, México 162 y Colombia 358. En tales condiciones, aplicar a nuestros países, en la actual etapa de su desarrollo, los patrones de consumo y las políticas

(23) Las estadísticas comparadas, son forzosamente anticuadas; pero se trata de tendencias que perduran por periodos muy largos.

(24) Herman Kahn y Antony Wiener en "EL AÑO 2.000".

de ventas vigentes en los Estados Unidos, es poco menos que insensato.

Otro factor que hace inaplicables a los países pobres los comportamientos y hábitos de las potencias industriales, es el de la distribución del ingreso y del poder de compra. En los países ricos existen amplias clases medias, cuyos ingresos las hacen menos vulnerables a los efectos desquiciantes de las políticas de ventas; mientras que en los pobres las clases medias tienen una dimensión muy restringida, con tendencia a la disminución en algunos de ellos.

Para ilustrar este contraste, la CEPAL ⁽²⁵⁾ compara la estructura de la distribución en ocho países latinoamericanos: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, México, Panamá y Venezuela, con la de los Estados Unidos y cuatro países europeos: Francia, Países Bajos, Noruega y el Reino Unido, con el siguiente resultado: mientras que en éstos el 60 por ciento intermedio de la población tiene un ingreso medio per cápita bastante aproximado al promedio nacional, en los de América Latina el ingreso per cápita del 60 por ciento intermedio de la población está muy por debajo del promedio nacional. Allí el ingreso per cápita del 5 por ciento opulento de la población apenas triplica o cuadruplica el promedio nacional, mientras que en los países mencionados de América Latina es 6 ó 7 veces mayor.

Por otra parte, los países de América Latina, en mayor o menor grado, ofrecen la modalidad que los expertos en desarrollo denominan de "economía dual", según la cual, al lado de un pequeño sector moderno industrializado, con unos métodos de producción y circulación y unos hábitos de consumo iguales o superiores a los vigentes en los países ricos, coexiste un vasto sector campesino en éxodo constante hacia la periferia de las grandes ciudades, paupérrimo y marginado de la producción y del consumo. El contraste entre países ricos y pobres se reproduce así, con caracteres dramáticos, entre clases de un mismo país. En tales condiciones, el "efecto demostración", activado por la publicidad y la política de mercadeo, estimula el consumo excesivo de la clase opulenta y contrae el ahorro nacional, la inversión y el desarrollo, mientras que en las clases margi-

(25) "ESTUDIOS ECONOMICOS PARA AMERICA LATINA", 1969, Naciones Unidas.

nadas produce un efecto desquiciante al ahondar la brecha entre lo que T. Lyn Smith denomina los *niveles de aspiración*, creados por la propaganda, y los *niveles de satisfacción* provistos por un deprimido sistema de producción y una equitativa distribución. En otras palabras, el uso inmoderado de la publicidad viene a producir un efecto envilecedor del desarrollo económico y activador de las tensiones sociales.

Pero hay otro aspecto de la cuestión, aún más inquietante. Es el grado extremo en que los medios de comunicación social dependen financieramente de los ingresos publicitarios, que otorga a los anunciantes y a las agencias un gran poder para condicionar tales medios a sus propios intereses y oponerlos a todo anhelo de cambio social. Este riesgo ha sido previsto aún por los mismos expertos de la publicidad. Así, S. Watson Dun ⁽²⁶⁾, por ejemplo, dice a este respecto: "a veces se cita como ejemplo de la influencia de los negociantes sobre la prensa el hecho de que la mayoría de los periódicos apoye editorialmente a los candidatos republicanos en muchas elecciones. Según parece, puede encontrarse una explicación más probable en la *comunidad de intereses* entre el director-editor y el hombre de negocios. Ambos tienden a ser políticamente conservadores y tal vez propendan menos que la persona corriente a apoyar los cambios importantes de nuestro sistema económico".

Pero el mismo autor reconoce más adelante que renombrados publicistas han recomendado frecuentemente que se indague "*si al mismo tiempo que se embolsa el dinero de los anunciantes y publica sus anuncios la prensa está permitiendo que sus editorialistas y sus columnistas desacrediten a los establecimientos comerciales y a los hombres de negocios, y presten una ayuda insidiosa, consciente o inconscientemente, a quienes querrían destruir nuestro sistema económico social*". Y citando a Ralph M. Hoover, agrega: "Las agencias no tienen con frecuencia la ocasión de protestar, pero la falta de pro-

testas o amenazas directas no quiere decir que la publicidad haya dejado de influir en el contenido o en el modo de presentar el material de lectura. Los directores han aprendido a hacer expurgaciones precautelatorias para prevenir las críticas... se suaviza el tono de las noticias... o las pasa por alto, y a veces se palian los problemas que deberían exponerse libremente".

Como implicación para el desarrollo, hay en todo esto el riesgo de una insuperable limitación de la libertad de prensa y del derecho a la información objetiva que asiste a todos los ciudadanos. Bajo el influjo de los grandes negocios, la libertad de prensa es algo que frecuentemente queda restringido a grupos minoritarios de la sociedad: el que provee las fuentes de financiación a través de los anuncios publicitarios, y el dueño de los canales, con un poder incontrolado para impedir la difusión de las ideas económicas heterodoxas y las propuestas de cambios institucionales necesarios para abrir el cause al progreso.

Otra forma de limitación al desarrollo social, implícita en el modo de operación de los medios de comunicación masiva, por su condicionamiento económico a la publicidad, es la mala calidad de la programación dirigida por tales medios al público receptor, y que anula toda propensión al sentido crítico, a la reflexión y al esfuerzo, que demanda todo intento de promoción humana. La raíz del problema está en el influjo recíproco entre el bajo nivel cultural de las masas y la calidad de los programas que les ofrecen los medios, particularmente la radio, la televisión y el cine. En nuestros países subdesarrollados, la falta de ilustración y de sentido crítico y el ansia de evasión de los públicos receptores, los induce a preferir programas muy mediocres; y la necesidad de contar con grandes audiencias (de cuya dimensión dependen los ingresos publicitarios), induce a los medios a proveer la programación preferida por el público.

Este fenómeno degradante de la conciencia social es descrito así por Ricardo Cetrulo ⁽²⁷⁾:

⁽²⁷⁾ Revista "PERSPECTIVAS DE DIALOGO", Montevideo, Junio/Julio de 1970.

⁽²⁶⁾ S. Watson Dun: "PUBLICIDAD", Primera Edición Española, Uthea, 1967.

"La manipulación de los medios de comunicación social... va más allá de las meras conductas de consumo. El impacto de la publicidad no se limita a suscitar conductas automáticas en un sector restringido de la vida del hombre, sino que comunica un orden de prioridades a sus necesidades, en la cual las necesidades humanas verdaderas y totalizadoras dejan el lugar a las instintivas, exclusivizadas y autónomas. Comunica, por tanto, una valoración del óptimo humano al que debemos tender, pero ese óptimo humano es... el *no hombre*, identificado a su *no libertad*: el hombre alienado. La sociedad de masas, más que una inocua sociedad de consumo, es una sociedad incapaz de tomar conciencia de su propia esclavitud; y los medios de comunicación que la originan, aparecen a esta luz, no como instrumentos de cultura creadora, sino de represión; actúan a modo de anestesia, impidiendo al hombre su liberación".

Finalmente, hay una forma de la propaganda que, empleada por los gobiernos y por los grupos económicos más influyentes de la sociedad, puede crear un obstáculo infranqueable a toda mudanza, y favorecer la perduración de estructuras obsoletas o el implantamiento de estructuras francamente regresivas. Se trata de la propaganda política e institucional, la cual fue llevada al más alto grado de sutileza y eficacia por el genio maléfico de Goebles, en Alemania, durante la Segunda Guerra Mundial, y es practicada ahora sin escrúpulos por muchos gobiernos e instituciones.

Este método de manipulación de la opinión pública es tanto más peligroso y reprobable, cuanto que con el se corre el riesgo de someter el desarrollo del proceso social, no precisamente al libre juego de las ideas y al manejo consciente de la razón, sino a las fuerzas ciegas de mecanismos inconscientes, desatados por la sugestión, el halago, el miedo y la aprehensión, a través del influjo insuperable de los medios de comunicación social; y este riesgo, es tanto más inquietante, cuanto que el dominio de tales medios está generalmente en manos de los grupos políticos y económicos interesados en frenar un proceso de modernización de la economía y de los cambios sociales que afectan sus intereses.

Sobre las modalidades de la propaganda política, el ex-Presidente Colombiano Alberto Lleras escribió re-

cientemente en la Revista "VISION" un caústico comentario, del cual tomo los siguientes párrafos:

"Me atrevería a decir que la comunidad super-industrializada se transforma en la sociedad del consumo cuando se requiere aplicar los sistemas de ventas... a otras formas de la vida social, y en particular a la política... Ante los buenos éxitos el grupo de expertos, va abriendo las alas y termina por convencerse de que si se puede vender un producto cualquiera, no hay razón por la cual no puede vender un grupo de ideas, una idea sola, un hombre, un candidato y llevar a la impresionable sociedad de nuestros tiempos a votar, como se la obliga a hacer tantas cosas que no quería, o no sabía que quería".

Y más adelante agrega:

"Ahora los candidatos contratan, cuanto antes a los expertos, los reúnen y les preguntan: ¿quiere la nación y cuando el computador ha producido la respuesta se dejan hacer. Hacer desde la cabeza a los pies, hacer meticulosamente, pero que no haya sonrisa de más, humor excesivo, falta de humor, ideas arriesgadas o revolucionarias, golpes muy duros a la imaginación de los televidentes o poca impactación en ellos. Y el candidato comienza a desaparecer como el ser calliente, agresivo, impetuoso, ingenioso y propenso a cometer errores que la sociedad de consumo no toleraría en ninguno de los productos que devora insaciablemente".

Y concluye:

"...en las escuelas de sicología de las universidades se preparan las grandes revoluciones del futuro y el tipo de candidato que nos guste a todos. Después sólo será el problema de conscientizar".

Una de las consecuencias graves de esta evolución es que la confrontación política y la selección de los gobiernos, de la que depende tan vitalmente el progreso social, ya no será asunto de talento y de convicciones profundas, sino de poder económico para manipular; y ese poder está concentrado precisamente en aquellos grupos sociales e institucionales inspirados frecuentemente en la idea de que no hay nada que cambiar o de que cualquier cambio debe hacerse en su favor.

En este mismo orden de cosas, hay otra forma sutil de oposición al cambio social: es cierto tipo de propaganda institucional a las empresas e industrias: no precisamente a las que ejercen actividades prioritarias en orden al desarrollo, ni a las regidas por una

saludable competencia, cuya buena imagen brilla por sí sola, sino a los monopolios y oligopolios que distorsionan o deforman el sistema productivo y restringen no sólo la competencia, sino toda forma de desarrollo económico y de modernización social que afecte sus ganancias. Un tipo de campaña institucional muy socorrido en Latinoamérica, es la propaganda de la empresa privada competitiva (como si esta fuera la modalidad económica predominante), para crear presiones de opinión pública en contra del intervencionismo del Estado en el proceso económico.

Esta forma de manipulación es reprochable en sí misma, en cuanto atenta contra la autonomía de la persona humana y puede llegar a constituir un serio obstáculo al progreso, y en cuanto conlleva un factor de ventaja en el uso de las reglas del juego, por parte de quienes profesan ideas distintas. En otros términos, corremos el riesgo de que el desarrollo, que implica reformas institucionales profundas y no pocos sacrificios, llegue a ser seriamente obstaculizado por los dueños de los instrumentos de comunicación social y por quienes los sustentan financieramente, que son precisamente los beneficiarios de muchas de las estructuras que deben cambiarse.

5. — CONCLUSION

A lo largo de esta exposición he tratado de valorar someramente el papel que cumplen la publicidad comercial, las políticas de ventas y ~~la~~ propaganda política e institucional en el desarrollo del proceso de producción y del proceso de cambio, en general, al que se hallan enfrentados nuestros pueblos. Quiero agregar ahora algunas palabras acerca de la dimensión misma de estas actividades y de los instrumentos aplicados a ellas, como un signo de su poder abrumador y del peligro que representan, mal dirigidas, para la autonomía de la persona humana y para la vigencia del bien común.

Sólo en los Estados Unidos, donde las estadísticas son más comprensivas, actualizadas

y confiables, los gastos en las políticas de ventas (facturación publicitaria, industrias de empaques desechables e investigación de mercados) se aproximaron en 1970 a los 50.000 millones de dólares. Y para 1971, las 30 más grandes agencias publicitarias facturaron 6.775 millones de dólares.

Estas sumas fabulosas son la base de sustentación financiera de la prensa en un 70 por ciento, del cine en un 60 por ciento y de la radio y la televisión en un 100 por ciento. O sea que, estableciendo una simple correlación aritmética, la prensa, el cine, la radio y la televisión son en mucho mayor grado canales de publicidad, de información publicitaria y de relaciones públicas, que de orientación de la opinión pública. Y en el 30 o 40 por ciento del espacio que los grandes medios conceden al mensaje no publicitario, no se trata siempre de canalizar el desarrollo de una opinión pública espontánea, sino, en buena parte, de manipular una opinión pública favorable a intereses particulares.

El solo volumen de los instrumentos o canales de comunicación sustentados por la propaganda es impresionante. Según datos del extinguido boletín "Opinión Publique" de la "Vie Catholique", para el año de 1967 se editaban en el mundo 7.980 periódicos, con un tiraje de 359 millones de copias; funcionaban 18.500 radio-emisoras, para 634 millones de aparatos receptores; 11.300 estaciones principales de televisión y 8.050 retransmisoras, para 214 millones de televisores, y operaban 252.000 salas comerciales de cine con 76 millones de butacas. De estas cifras correspondían a la América del Sur 2.190 periódicos, con una tirada de 11.2 millones de copias; 2.260 radio-emisoras, para 23.3 millones de aparatos receptores; 1.160 estaciones de televisión y 40 repetidoras para 6.6 millones de aparatos receptores, y 8.600 salas de cine con 5 millones de asientos.

Por otra parte, la mayoría de estos canales son empresas de gran dimensión económica, manejadas con gran eficacia y una técnica refinada. En particular los medios au-

diovisuales tienen un influjo insuperable en los oyentes y espectadores por su inmediatez; más aún el cine y la televisión, cuyo modo de emisión y recepción cautiva totalmente el sujeto receptor. A esto hay que agregar el alto poder de sugestión que a tales medios provee la ayuda de la sicología.

Tamaño acopio de poder, representado por un tal volumen de instrumentos, acrecentado con la más eficaz aplicación de la ciencia y la tecnología y concentrado en un reducido número de empresarios, puede servir desde luego como un poderoso factor del desarrollo humano si se lo aplica a las finalidades del bien común. Pero más probablemente se corre el riesgo de que se le mantenga como factor de dominación y como determinante de tendencias regresivas; más aún como una grave amenaza a la autonomía de la persona humana y como barrera al cambio social. Este peligro fue destacado por S. S. Pío XII cuando afirmó: "es fuerza hacer constar que el desarrollo de las técnicas de difusión en el siglo XX ha planteado un pro-

blema nuevo e incuestionablemente grave; no se trata ya tan sólo del empleo, bueno o malo, que el hombre y la sociedad puedan hacer de estos poderosos medios de acción puestos a su disposición, sino más bien del avasallamiento desmesurado que el instrumento, escapando al control de su autor, tiende a ejercer hoy día sobre la persona humana. Más peligrosa aún que el progreso del maquinismo en el siglo pasado, del que ha podido decirse que ennoblecía a la materia a expensas del obrero, la irrupción en nuestra sociedad de modernas técnicas de difusión amenaza al hombre en su autonomía espiritual. Por la presión de una información dirigida, por la seducción de la imagen, por la obsesión de la propaganda, he aquí que desde ahora la acción conjugada de la prensa, la radio, el cine y la televisión, llega a conformar a su gusto la conciencia del individuo, invade poco a poco su universo mental, y determina unos modos de comportarse que parecen espontáneos".

(viene de la pág. 256)

portamiento de la Iglesia, para que ella purifique su rostro. Le pide que se adecúe, en sus instituciones, a las exigencias de la justicia social. Todo lo que, en las iniciativas caritativas o sociales, manifiesta un cierto paternalismo, constituye a sus ojos un contra-testimonio.

El "mundo obrero" desca que la Iglesia dé un signo de verdadera simplicidad de vida y de preocupación por los más desfavorecidos. Que muestre su independencia frente a los poderes económicos y políticos: que denuncie vigorosamente todas las formas de opresión del hombre.

CONCLUSION

Esta primera etapa de reflexión con los militantes obreros cristianos que optaron por el socialismo mostró una vez más cuán lejos —a

pesar de nuestra buena voluntad— estamos del "mundo obrero", de su lenguaje, de su cultura, de sus reacciones espontáneas y de sus aspiraciones fundamentales. Sin embargo, el hecho de que hayamos aceptado reflexionar con ellos sobre un tema tan "candente" ha sido para ellos no sólo motivo de alegría sino también un apoyo en la fe.

Por su parte los obispos de la Comisión Episcopal del "mundo obrero", percibieron mejor las exigencias de su ministerio apostólico en el "mundo obrero".

Nosotros continuaremos esta búsqueda. Pero no hemos acabado de encontrar preguntas, verdaderas, esas que nos son planteadas por las realidades humanas y por la fidelidad a Cristo en la evangelización.

París, 19 de Mayo de 1972.

OBISPOS, MILITANTES Y SOCIALISMO

Presentamos a nuestros lectores el documento redactado por la "Comisión Episcopal Francesa para el Mundo Obrero" cuyo destinatario son sus hermanos en el episcopado de Francia.

Es un primer resumen de un prolongado diálogo con los militantes cristianos que han optado por el socialismo.

Como lo señala la presentación del P. Ricardo Antononcihi su importancia es obvia para los cristianos de América Latina. Pero así mismo para toda reflexión teológica. Porque este documento en su conjunto nos señala cosas muy trascendentes para la reflexión cristiana como la relación entre la fe y el compromiso del cristiano; como la afirmación clara de que si bien el cristianismo no es una ideología, la elección de ésta no es indiferente a la fe; como la opción por el socialismo que han hecho los obreros es una necesidad que se les impone si quieren ser fieles a las exigencias de la justicia y la solidaridad evangélicas.

El "mundo obrero" no parte de análisis abstractos sino de la realidad vivida en su fe, realidad que les muestra que las estructuras no se van a cambiar con la conversión de los individuos y que sin el real compromiso político en pro de la igualdad de los hijos de Dios de nada sirve la fe como pura criticidad histórica.

Los latinoamericanos sensibles al lineamiento reflexivo de la Teología de la Liberación, encontrarán en este documento una sintonía insospechada.

PRESENTACION

La Comisión para el mundo obrero del Episcopado Francés, ha elaborado un documento esclarecedor para quienes, en América Latina, encuentran compatibles su fe de cristianos y su opción por el socialismo. Se trata de un documento que refleja una primera reflexión de dicha Comisión Episcopal, en diálogo con militantes cristianos que han optado por el socialismo.

La exhortación del Papa comienza a dar frutos. Dice Pablo VI que bajo la luz del Evangelio y las enseñanzas sociales de la Iglesia "incumbe a las comunidades cristianas analizar con objetividad la situación propia de su país... a estas comunidades cristianas toca discernir, con la ayuda del Espíritu Santo, en comunión con los obispos responsables, en diálogo con los demás hermanos cristianos y todos los hombres de buena voluntad, las opciones y los compromisos que conviene asumir para realizar las transformaciones sociales, políticas y económicas, que aparezcan necesarias con urgencia en cada caso" (Octogesima Adveniens, 4). El documento que presentamos es un fruto claro y convincente de esta búsqueda eclesial siguiendo las directrices del Papa. Los obispos dicen haber sido "alentados e ilustrados" en su reflexión, por Octogesima Adveniens.

Para los cristianos latinoamericanos que optan por el socialismo, no puede dejar de ser significativa la reflexión de estos obispos y militantes franceses. Desde el interior mismo de una socie-

dad desarrollada por el sistema capitalista, se eleva la protesta clara, el repudio de dicho sistema. En esa sociedad ellos constatan "la disparidad enorme que existe entre los trabajadores y sus patrones bajo el punto de vista del tener, del saber y del poder... el sometimiento del hombre a una economía desviada... la falta casi total de responsabilidad... y de oportunidades en el acceso a la cultura". Si esto sucede en la sociedad capitalista desarrollada, con cuánta razón pueden ellos mismos concluir "Qué decir de lo que ocurre en el Tercer Mundo!"

Como obreros cristianos piden a su Jerarquía ser comprendidos en su opción por el socialismo, manifestación de "su negativa a resignarse a la explotación y a la sumisión" de que eran víctimas y "su voluntad de oponer al capitalismo una verdadera alternativa". Es el rechazo de ese capitalismo, justamente denunciado por las Encíclicas sociales, del que ya León XIII hace ochenta años afirmaba que produce "la acumulación de las riquezas en manos de unos pocos y la pobreza de la inmensa mayoría", puesto que "no sólo la contratación del trabajo sino también las relaciones comerciales de toda índole se hallan sometidas al poder de unos pocos" (Rerum Novarum, 1). En su repudio al capitalismo, coinciden pues, con las enérgicas expresiones de Pío XI que denunciaba ese "imperialismo internacional del dinero", sistema económico "apartado de la verdadera ley moral" que lleva a la "acumulación de poder y de recursos" (Quadra-

gesimo Anno, 109, 133, 107 respectivamente); sistema "inconsciente muchas veces olvidado o despreciador de los deberes sociales" (Pío XII, *La Solennità*, 6), "liberalismo que conduce a la dictadura" (Pablo VI, *Populorum Progressio*, 26). Esta condena no sólo se refiere a los efectos funestos, fruto de abusos evidentes, sino al pensamiento que fundamenta el sistema: "En su raíz misma el liberalismo filosófico es una afirmación errónea de la autonomía del individuo en su actividad, sus motivaciones, el ejercicio de su libertad" (Pablo VI, *Octogesima Adveniens*, 35). Por otra parte, la evolución del capitalismo ha agravado los contrastes en la sociedad de consumo: 'mientras amplísimos estratos de población no pueden satisfacer sus necesidades primarias, se intenta crear necesidades de lo superfluo' (id, 9).

La persistencia de la opción por el socialismo de estos militantes franceses es tanto más significativa, cuanto que Francia ha sido la nación de las celeberrimas "Semanas Sociales", verdadero esfuerzo de búsqueda de la aplicación de la doctrina social de la Iglesia, es decir, de la reforma cristiana del capitalismo.

¿Por qué resulta extraño que pidan los militantes obreros comprensión por su opción, si les une al pensamiento social de los Papas un común repudio del capitalismo? La respuesta la ofrecen los obispos franceses recordando una cita de Pío XI en *Quadragesimo Anno*, 130. La oposición al socialismo no es tan radical por la doctrina sobre la propiedad, pues Pío XI no tiene dificultad en admitir que la propiedad privada de bienes de producción no es legítima si da un poder que "no es propio de los dueños sino del poder público" y admite por tanto, parcialmente, la socialización de la empresa (*Quadragesimo Anno*, 114). Tampoco lo es por el problema de la lucha de clases, pues Pío XI admite que la división de clases y los conflictos de intereses entre ellas, están ya creados por el sistema capitalista ya que "la contratación y locación de la mano de obra, en lo que llaman mercado del trabajo, divide a los hombres en dos bandos o ejércitos, que con su rivalidad convierten dicho mercado como en un palenque en que esos dos ejércitos se atacan rudamente" (QA, 83). Para Pío XI y para sus sucesores, la radical oposición reside en la incompatibilidad entre la fe y el ateísmo.

Es aquí donde hay más explicitación, en el pensamiento social, de repudio al ateísmo marxista, que de condena tajante y clara del otro ateísmo, —es verdad que no profesado en ningún "manifiesto capitalista"—, pero sí vivido día tras día por un sistema que destruye la fraternidad humana. Por eso al recordarnos un texto de *Nostra Aetate* 5, dice Pablo VI: "No pode-

mos invocar a Dios, padre de todos, si nos negamos a conducirnos fraternalmente con algunos hombres creados a imagen de Dios. La relación del hombre para con Dios Padre y la relación del hombre para con los hombres sus hermanos están de tal forma unidas que, como dice la Escritura, "El que no ama, no conoce a Dios (1 Jn, 4-8)" (*Octogesima Adveniens*, 17). Esta negación de Dios, implicada en la ruptura de la fraternidad, parece preocupar menos a los cristianos y sin embargo es en este campo donde se está jugando la evangelización de América Latina.

Hay mucho de común entre las aspiraciones socialistas de los militantes franceses y de los cristianos latinoamericanos. "El objetivo de la sociedad socialista es el hombre solidario, tanto en el reparto de bienes como en el de las responsabilidades". Sin embargo la construcción del socialismo, allá y acá serán diferentes, deberán tomar en cuenta realidades diversas, sin olvidar que la aspiración generosa no exime de la mediación de la ciencia política y de la praxis partidaria.

Para los cristianos latinoamericanos la búsqueda del socialismo descansa igualmente en el repudio del sistema, cuyos efectos son más nítidos por la explotación y marginación de mayoritarios sectores de la población. Es el mismo sistema el que produce desigualdades tan hirientes por el contraste. "Mientras muchedumbres inmensas carecen de lo estrictamente necesario, algunos, aún en los países menos desarrollados viven en la opulencia o malgastan sin consideración" (*Gaudium et Spes*, 63). Para estos cristianos, el sendero de búsqueda está inicialmente trazado por Medellín, pero se requiere el continuo esfuerzo de un diálogo creador.

El gesto del episcopado francés es orientador para nuestro diálogo latinoamericano. Constituye una invitación a los cristianos de América Latina a trabajar en comunión con sus obispos. Es, igualmente, una invitación a los obispos latinoamericanos para imitar la actitud de respeto y comprensión de sus hermanos franceses. Necesitamos todos el clima de caridad, de fidelidad a la acción del Espíritu, sin caer en la trampa de quienes quieren dividir nuestros esfuerzos. Porque es preciso decirlo con claridad: los medios de comunicación en América Latina, en notable proporción al servicio del capitalismo internacional, no van a favorecer en absoluto este clima de acercamiento y sinceridad. Pondrán todos los medios a su alcance para crear la imagen de una Iglesia que condena todo discernimiento en este sentido: silenciarán las denuncias del Papa y de los obispos al capitalismo; buscarán la creación de conflictos y alejamientos.

Solamente la lealtad a toda prueba, la confianza mutua podrá superar la oculta siembra de la cizaña. Gracias a ese esfuerzo colectivo podremos decir con los obispos franceses: "Comenzamos a darnos cuenta hoy que no existe incompatibilidad entre el Evangelio y un sistema económico y político de hegemonía socialista, con tal

de que sean observados los derechos fundamentales de la persona (en particular el respeto a la libertad) y las exigencias de una verdadera promoción colectiva de toda la humanidad, y con tal, también, de que se pueda manifestar la vocación sobrenatural del hombre".

Ricardo Antoncich, S. J.

TEXTO DEL DOCUMENTO

Los obispos de la Comisión Episcopal del "mundo obrero" han tenido un cierto número de conversaciones con militantes obreros cristianos, quienes afirman que una opción socialista subyace en sus diversos compromisos (1). He aquí las primeras reflexiones que hicimos, en un trabajo de equipo en el seno de la Comisión Episcopal.

Nuestra intención no es la de presentar un documento exhaustivo sobre una cuestión importante cuya complejidad hemos descubierto mejor, sino la de compartir los primeros resultados de nuestras reflexiones con los mismos trabajadores. Ellos nos dijeron que también están en búsqueda dentro de sus diversos compromisos temporales y que mucho aprecian una actitud de Iglesia que es la de acoger los problemas planteados por ellos en función de su fe.

Nuestro primer objetivo en esta reflexión común con los militantes cristianos es la evangelización, es decir el anuncio de la Buena Nueva de Jesucristo dentro de la dinámica del Movimiento obrero, teniendo en cuenta las diversas formas de su expresión política.

No se trata, pues, para nosotros, de sostener únicamente, de iluminar a los militantes en una acción difícil, sino también de recibir a través de sus testimonios las necesidades y aspiraciones de los trabajadores que luchan por su promoción colectiva, y de revelar allí la liberación en Jesucristo con todas sus exigencias individuales y colectivas (2).

Hemos sido estimulados e iluminados en nuestra reflexión por la Carta apostólica de Paulo VI al Cardenal Roy, del 14 de mayo de 1971. La importancia del compromiso político subrayada por Paulo VI, el discernimiento cristiano al que se refiere en un acercamiento renovado a las diversas ideologías que sustentan ese compromiso, la responsabilidad que incumbe a las comunidades cristianas de analizar con objetividad la situación del propio país, nos mostraron la urgencia de la puesta en marcha de esta búsqueda doctrinal con los militantes obreros cristianos.

(1) En este documento los términos socialismo y sus derivados son empleados generalmente en el mismo sentido que en la Octogesima Adveniens (Carta de Pablo VI al Cardenal Roy, 14 de Mayo de 1971).

(2) Cf. Gentium, 17; Ad gentes, 9; Gaudium etc Spes, 44.

I

BREVE HISTORIA DEL MOVIMIENTO OBRERO EN SUS RELACIONES CON LA IGLESIA

Hemos sentido la necesidad de reubicarnos en un contexto histórico, tal como se da en la "conciencia obrera".

1. Origen de la orientación socialista.

El "mundo obrero" se orientó muy temprano hacia el socialismo bajo formas diversas y a veces opuestas. De este modo se manifiesta ya su rechazo a resignarse a la explotación y a la sujeción de la cual era víctima y su voluntad de oponer al capitalismo una verdadera alternativa. Es así como se manifestó la corriente de fondo de libertad y promoción colectiva que a menudo se designa bajo el término de "Movimiento Obrero".

2. Ideal perseguido por el "movimiento obrero".

Cualquiera sea el juicio que se tenga sobre las doctrinas socialistas y sobre los medios preconizados para realizar el paso del capitalismo al socialismo, se debe al menos reconocer lo que representa para tantos hombres y mujeres el ideal de liberación al cual ellos se consagran desde hace más de un siglo con tanto valor, paciencia y generosidad. Sin embargo, desde hace poco tiempo la Iglesia, a través de sus pastores, ¿ha tomado en serio tal proyecto humano? Reconozcámoslo, no hemos descubierto el peso humano en ese combate por la justicia que el "mundo obrero" lleva adelante desde hace tanto tiempo, a través de tantos sufrimientos y sacrificios. Este silencio de los pastores de la Iglesia es difícil de comprender. Los militantes obreros nos lo dijeron simple y fuertemente.

3. Oposición histórica entre fe cristiana y socialismo.

Durante mucho tiempo, tanto entre los marxistas como en la Iglesia católica, se pensó y afirmó explícitamente que había incompatibilidad entre la fe y una orientación socialista (3).

(3) Las diferentes corrientes socialistas aparecieron en un clima de crítica a veces radical a la fe y a la religión. No tienen la paternidad de esas críticas ni del ateísmo que ellas a veces han hecho nacer, aun si las han adoptado con todas sus consecuencias para la fe. No hagamos recaer solo en ellas la responsabilidad.

En 1931, Pío XI decía: "Si el socialismo, como todos los errores, tiene una parte de verdad (lo que por otra parte los Sumos Pontífices no han negado jamás), no es menos cierto que se apoya en una teoría de la sociedad que le es propia, y que es inconcebible con el auténtico cristianismo. Socialismo religioso, socialismo cristiano, son contradicciones: nadie puede ser, al mismo tiempo, buen católico y verdadero socialista". (*Quadragesimo anno*, 130).

Restituyendo este texto y otros semejantes a su contexto histórico, se comprenden los motivos que condujeron a los Papas a tomar una actitud tan severa, no sólo frente al marxismo materialista y perseguidor, sino también frente a los socialismos que parecían encerrar al hombre en perspectivas puramente terrestres.

Pero, teniendo en cuenta la firmeza de tales palabras, ¿por qué —dicen muchos obreros— no ha habido sino críticas escasas respecto del liberalismo económico, cuyas obras y frutos se podían ver desde la primera mitad del Siglo XIX?

Por otra parte, más de una vez se utilizaron esas condenaciones para los fines de una política reaccionaria y antisocial.

A causa de las condenaciones, algunos obreros cristianos no osaron comprometerse realmente en la acción obrera. Otros abandonaron la Iglesia porque querían ser socialistas. En cuanto a los socialistas no cristianos, se sintieron en oposición con una Iglesia que despreciaba sus aspiraciones más nobles, sus combates más legítimos: lo que ha sido también un sufrimiento para muchos obreros es que en la Iglesia no haya sido verdaderamente reconocida, y eso de alguna manera manifiesta, la legitimidad del Movimiento Obrero, tanto para la defensa de los derechos como para una promoción colectiva de los trabajadores. Sin duda, después de León XIII los Papas hablaron. Pero nosotros escuchamos decir frecuentemente: "Unas son las palabras, otros son los actos".

4. *Evolución de los socialismos y de la Iglesia.*

Al menos en algunos países, hay socialismos que no imponen a sus miembros un pensamiento filosófico determinado. Por otra parte, nuevas

El aporte propio del socialismo en este ámbito, es quizá, la crítica a las actitudes de la Iglesia que legitiman el orden establecido y no preconizan para remediar la injusticia social ningún otro medio más que la limosna y la conversión moral-individual, lo que evidentemente no puede concordar con las perspectivas socialistas. Desde el punto de vista de la historia no se pueden reducir las relaciones entre la fe, la religión y el socialismo sólo a las relaciones entre la fe, la religión y el marxismo. Es bien conocido el hecho de que Carl Marx y los marxistas no fueron, en ninguna parte, ni los primeros ni tampoco los únicos socialistas ateos. Esto es cierto aún hoy día. Pero es verdad que el marxismo ha recogido, criticado y teorizado las diversas corrientes de su tiempo. Así como la religión se encontró reinterpretada en el materialismo histórico (aspectos científicos del marxismo) y el materialismo dialéctico (aspectos filosóficos del marxismo).

formas de socialismo presentan un proyecto económico y político en una perspectiva ideológica que no pretende responder a la totalidad del devenir humano. Finalmente, otros se apoyan en una ideología humanista abierta a lo espiritual.

En la actitud de la Iglesia se ha operado un cambio, a la vez, respecto de la propiedad privada de los medios de producción (4) ya sea por los abusos que de ella se derivan, ya sea en razón de la socialización y sus consecuencias necesarias. Los militantes obreros cristianos han demostrado, por su parte, a veces en situaciones muy difíciles, que podían vivir realmente su fe en Jesucristo dentro del combate por la construcción del socialismo.

Actualmente, lo que subsiste es la incompatibilidad entre la filosofía materialista y atea del marxismo y la fe cristiana; lo que subsiste, además, es la contradicción entre ciertas formas de acción revolucionaria y las exigencias evangélicas del amor (5). Pero hoy se empieza a comprender que no hay incompatibilidad entre el Evangelio y un sistema económico y político de tipo socialista, siempre que sean respetados los derechos fundamentales de la persona (6) y las exigencias de una verdadera promoción colectiva de toda la humanidad, siempre que, también, pueda expresarse la vocación sobrenatural del hombre.

II

EL RECHAZO DEL CAPITALISMO Y LA ORIENTACION HACIA EL SOCIALISMO

A partir de las charlas entre obispos y militantes obreros, aparece claramente cómo todos los trabajadores que se expresaron rechazan el capitalismo y se orientan hacia el socialismo.

1. *Un hecho que nos interpela.*

Es un hecho que, además, se manifiesta a través de los sondeos a la opinión pública: el "mundo obrero" en su conjunto es atraído por el socialismo, se trate del comunismo o de otras formas de socialismo. Este hecho es un fuerte cuestionamiento para nosotros, los pastores. Se nos impone como uno de los datos esenciales de la clase obrera. La Iglesia no puede permanecer extraña a las aspiraciones y luchas de esta clase obrera. Está llamada a descubrir allí los signos de la acción del Espíritu y a hacer obra de discernimiento (7).

Sin duda no son todos los trabajadores los que aceptan la orientación socialista. Unos la recha-

(4) Cf. *Gaudium et Spes*, 71.

(5) Esta contradicción no puede hacer olvidar la que existe entre el Evangelio y las múltiples violencias hechas por el sistema capitalista a los trabajadores de numerosos países.

(6) En particular el respecto de su libertad.

(7) La Comisión Episcopal del mundo obrero ha comenzado esta obra de discernimiento con su intervención en el Noveno Encuentro de la Acción Católica Obrera francesa (mayo 1971).

zan por motivos religiosos, otros por temor al marxismo, creyendo que la orientación socialista conduce necesariamente al marxismo y que éste no puede instaurarse sin dictadura; otros porque están deslumbrados por el nivel de vida de los países capitalistas; otros, quizá los más numerosos, porque prefieren la relativa seguridad económica actual, a los riesgos de una revolución; otros, finalmente, porque buscan decididamente su promoción individual en el seno del régimen capitalista. Nosotros no podríamos olvidarnos de todos ellos, y somos conscientes de los riesgos de bloqueo entre las opciones políticas y la fe.

2. Rechazo del capitalismo.

Leyendo la reseña de nuestras conversaciones con militantes obreros, se ve que el rechazo del capitalismo proviene de una constatación y de un análisis.

Se constata en primer lugar la disparidad enorme que existe entre los trabajadores y sus empleadores desde el punto de vista del tener, del saber y del poder. Se constata también la subordinación del hombre a una economía desviada. Se padece especialmente de una falta casi total de responsabilidad. No hay verdadera igualdad de posibilidades en el acceso a la cultura. ¡Qué decir de lo que pasa en el Tercer Mundo!

En su carta al Cardenal Roy, el mismo Paulo VI señala las diferencias flagrantes entre los hombres y las naciones desde el punto de vista del desarrollo económico, cultural y político; el rechazo de asociar a los trabajadores en las decisiones; la inmoralidad de una sociedad de consumo que crea necesidades superfluas mientras las necesidades primarias no son satisfechas; los monopolios de las grandes empresas internacionales que escapan a todo control del poder político, etc. (8).

En el plano del análisis de las causas, el Movimiento Obrero atribuye esas injusticias al sistema socio-económico que, reservando el poder para los que detentan el capital, utiliza al hombre para acrecentar la producción en vista al provecho y perpetúa así un "orden" fundado en la desigualdad. Sin duda, los trabajadores conocen la condenación de Paulo VI al capitalismo liberal (9) pero encuentran que ella es insuficiente. Para los trabajadores no basta condenar los abusos del capitalismo, sino que es necesario condenar el capitalismo en sí mismo, puesto que es, irremediablemente, fuente de injusticia. En efecto, dicen ellos, si se admite que una minoría representante de la clase privilegiada posea los medios de producción y de intercambio para su propio provecho, se arriba a las consecuencias

conocidas, cualquiera sea la buena voluntad de los que dirigen.

¿Nos hemos interrogado lo suficiente sobre el valor de este análisis? ¿No lo habremos desechado de antemano? ¿Puede el capitalismo asegurar verdaderamente los derechos de la persona y la promoción colectiva de toda la humanidad? ¿Valoramos lo que nos dice el Antiguo Testamento sobre la verdadera significación y el destino de las riquezas en la creación? ¿Recordamos suficientemente la doctrina de Cristo y sus apóstoles sobre el dinero? (10).

3. Las aspiraciones socialistas.

Los testimonios de los trabajadores manifiestan también la motivación profunda de su orientación socialista. Bajo formas diversas aparece la misma preocupación: se trata de organizar la vida económica y social al servicio del desarrollo integral de todo el hombre y de todos los hombres.

Quieren una sociedad fundada en su inspiración en el hombre, en el respeto de las aspiraciones a la libertad y la responsabilidad. Se trata de formar hombres capaces de asumir colectiva y personalmente sus responsabilidades con un espíritu democrático. El fin de la sociedad socialista es el hombre solidario, tanto en el reparto de los bienes como en el de las responsabilidades.

Entre las aspiraciones expresadas, la cultura tiene un lugar importante (11), en sí misma y en función de la construcción de la sociedad socialista.

Dada la importancia de esas aspiraciones, los militantes con quienes dialogamos, piden a la Iglesia que se interrogue sobre sus responsabilidades espirituales para con los que han optado por el socialismo.

Por eso nosotros, como pastores, nos planteamos algunas preguntas:

— ¿Nos hemos preguntado lo suficiente sobre la riqueza humana de tales aspiraciones?

— ¿Cómo reflexionamos con los cristianos que hicieron una opción socialista?

— ¿Nuestras reacciones pastorales, no están marcadas por una cultura y opciones diferentes?

4. Las ideologías socialistas.

En nuestras conversaciones con los militantes no aparecía siempre con claridad lo que era sim-

(1) Cf. Mt. 6, 21; 1 Tim. 6, 9; Epístola de Santiago.

(11) La aspiración a la cultura es una de las características de opción socialista que merecería todo un desarrollo. La palabra cultura es empleada aquí en el mismo sentido que en Gaudium et Spes (n. 53). En esta perspectiva los militantes señalan la importancia no sólo de la expresión colectiva, sino también de la promoción colectiva.

"Es necesario que las masas quieran y realicen por sí mismas la transformación de la sociedad".

"Se trata de establecer otro tipo de relaciones entre los hombres, que les dé la posibilidad de expresarse y de ser responsables".

(8) Cf. Octogesima Aveniens 2, 9, 11, 15, 16, 41.

(9) Cf. Mt. 6, 21; 1 Tim. 6, 9; Epístola de Santiago.

ple aspiración, lo que era ideología y lo que era un proyecto económico y político.

Sin embargo, entre las aspiraciones y el proyecto económico y político, hay necesariamente lugar —de manera consciente o inconsciente— para una ideología. (12)

Ninguno de los que encontramos, había adoptado el marxismo en su integridad, en particular su ateísmo. Pero hay elementos importantes del marxismo que han sido asimilados por trabajadores que conocimos; algunos parecen más próximos al marxismo, otros han adoptado, de acuerdo con ciertas corrientes socialistas contemporáneas, un humanismo que, sin hacer referencia a la fe, es portador de una concepción del hombre y de la sociedad fundamentalmente diferente.

A partir de eso, he aquí algunas preguntas:

— ¿Hemos descubierto lo suficiente las ideologías como hecho universal y su modo de acción específico? La fe, en efecto, no es una ideología, pero la elección de una ideología no es indiferente a la fe.

— ¿Estamos inquietos por descubrir, en unión con otros, la influencia de las ideologías, hasta en los análisis que se dicen científicos y en la acción misma? No es suficiente decir que tal ideología es compatible o no con la fe. Es conveniente percibir también su influencia concreta.

Para llevar a cabo nuestra tarea de discernimiento, ¿hemos buscado con cristianos los criterios del paso de la ideología a un absoluto, es decir a un ídolo? Este peligro de transformar las ideologías en ídolos no vale sólo para el marxismo o la ideología liberal; esto vale también para toda ideología que corra el riesgo de transformarse en la "religión" del hombre. Entonces, no hay más necesidad de creer en la salvación en Jesucristo.

5. *Proyectos económicos y políticos.*

Los militantes cristianos constatan la falta de precisión que existe todavía en sus proyectos, y sienten la necesidad de lograr una verdadera competencia política. Sin embargo, se puede ya señalar un cierto número de puntos que se refieren al mismo tiempo a la ideología y al proyecto.

Ellos afirman que el paso del capitalismo al socialismo debe finalmente realizarse por una ruptura, especialmente en lo que concierne a la propiedad de los medios de producción; desean que se pueda hacer de una manera pacífica y, en principio, se oponen a la violencia. Pero temen ser llevados a ella, a pesar suyo, por la resistencia de los que detentan el poder.

Para alcanzar lo que buscan sin recurrir a un

régimen dictatorial y totalitario, estiman indispensable dar un lugar muy importante a la educación de la masa. Esto explica la insistencia en la educación política de base en cada empresa, en cada lugar con posibilidades de expresión.

En la realización del proyecto el Movimiento Obrero debe ser el motor, pero a la vez tiene necesidad de otros sectores de la sociedad.

En lo que concierne a los proyectos políticos y económicos, los militantes obreros han realizado un esfuerzo considerable por lograr la competencia necesaria. Tienen conciencia de que para un avance efectivo hacia el socialismo son absolutamente necesarios los proyectos precisos y la puesta en práctica de medios concretos; también tienen conciencia de que la generosidad de intenciones, así como la grandeza del ideal perseguido, no serían suficientes.

Pero en esta situación encontramos una contradicción que nos cuestiona. Por una parte, los trabajadores ven negado su acceso a las responsabilidades económicas o políticas, bajo el pretexto de que ellos no tienen la capacidad suficiente; por otra parte las condiciones de vida obrera en la actualidad hacen difícil la adquisición de las capacidades requeridas para elaborar, formular y poner en práctica los proyectos económicos y políticos que servirían eficazmente para la realización de sus aspiraciones socialistas.

Además, nos preguntamos si los cristianos que no son obreros han aceptado verdaderamente la enseñanza de Paulo VI sobre "la participación en la elaboración de decisiones, así como en las mismas opciones y en su puesta en práctica". (13)

Desde hace mucho tiempo se ha vivido en la convicción de que los obreros no estaban capacitados para dirigir una empresa. Asimismo, hoy todavía, se corre el riesgo de no tomarlos en serio en sus justas aspiraciones, en sus legítimas reivindicaciones, en la coherencia de sus proyectos.

6. *Pluralismo de proyectos al interior de una misma orientación socialista.*

Ya lo hemos dicho: para la mayoría de los trabajadores, la orientación socialista no se presenta bajo la forma de una opción a tomar, sino bajo la forma de una necesidad que se impone a ellos, si quieren ser fieles a las exigencias de la justicia y de la solidaridad.

Pero al interior de una misma orientación socialista hay lugar para muchos proyectos económicos o políticos. De hecho, entre los trabajadores que conocemos hay quienes militan en centrales sindicales diferentes. Hasta ahora pocos son los que están comprometidos en un par-

(12) En este documento el término "ideología" es empleado en el mismo sentido que en *Octogesima Adveniens*.

(13) *Octogesima Adveniens*, 47.

tido político, pero están cada vez más persuadidos no sólo de que la acción sindical debe tener una dimensión política, sino de que también será necesario comprometerse en un partido político. Concretamente, eso sería un partido socialista, portador de sus necesidades y aspiraciones.

Además los militantes expresaron su sufrimiento: la diversidad de los proyectos, más de una vez, se ha cambiado en oposición. Cada organización sindical o política cree tener la verdad y no quiere ceder en su teoría, en su tesis, en sus concepciones y en su orientación.

Esta oposición entre los proyectos a veces engendra divisiones entre los trabajadores: muchos se preocupan por esto y corren el riesgo de perder la esperanza. Los militantes nos hablaron de su angustia, pero también de su voluntad de llegar a posiciones comunes, aceptables para todos.

7. Referencia al marxismo.

Se ha manifestado de dos formas en nuestras conversaciones. Por una parte los militantes señalaron que todo análisis que se dice socialista tiende a hacerse dentro de una perspectiva marxista con la ayuda de sus instrumentos de análisis. Allí se encuentra, dicen ellos, a la vez que un rigor en el análisis de situaciones, una preocupación por el bien común. Y por otra parte, aún entre los que se alejaron del marxismo, muchos reconocen que no se puede realizar el paso al socialismo sin el partido comunista. Algunos nos dijeron que la inscripción en un partido o en una organización sindical no significaba necesariamente, para ellos, la adhesión total a la ideología subyacente en ese partido o en esa organización.

Estos son los hechos y convicciones que nosotros estamos obligados a constatar, pero evidentemente, nos sentimos interrogados.

¿Somos capaces de distinguir en la realidad de los acontecimientos el proyecto político del partido comunista, y su soporte filosófico?

Como nos invita a hacerlo Paulo VI, ¿sabemos discernir lo que, en la lucha de clases, es la expresión del materialismo dialéctico y lo que es simplemente una constatación de la opresión de los trabajadores y un legítimo combate para obtener la justicia?

Sobre todo, ¿nos esforzamos por ayudar verdaderamente y como de adentro a los trabajadores comprometidos en situaciones humana y cristianamente muy difíciles?

¿Nos hemos preguntado por qué sólo excepcionalmente nos planteamos preguntas del mismo tipo con respecto a los patrones o con respecto a algunos responsables políticos comprometidos con el armamento atómico y en la venta de armas francesas a los países del Tercer Mundo?

III

VIVIR DE JESUCRISTO EN LA IGLESIA

Jesucristo está siempre vivo, y por su Espíritu no cesa de multiplicar los signos de su presencia en el corazón de un mundo que se construye y se transforma. La Iglesia, en todos sus miembros, está llamada a manifestar a los hombres esta presencia de Dios creador y salvador, convidándola al mismo tiempo a una plenitud de vida en Cristo.

La forma de actuar de Paulo VI es un estimulante para la búsqueda que nosotros queremos continuar en Iglesia con militantes obreros cristianos. Retomando la introducción de Gaudium et Spes, Paulo VI escribe en efecto, al Cardenal Roy: "...La Iglesia camina con la humanidad y comparte su suerte en el seno de la historia..." En la tribuna de la ONU, el 8 de Octubre de 1965, él daba el sentido de su tarea: "No tenemos nada que pedir, a lo sumo un permiso que solicitar: el de poder servirles en lo que es de nuestra competencia, con desinterés, humildad y amor..."

1. La originalidad de la fe cristiana.

En muchas oportunidades los militantes entrevistados nos manifestaron su convicción: la fe no es para ellos un "motor auxiliar" de su compromiso obrero. Es porque son obreros que han tomado tal o cual compromiso. Ellos mismos denuncian el peligro de un bloqueo entre un proyecto humano y la salvación traída por Jesucristo. Se trata, dicen, de dejarse cuestionar por la fe, por el proyecto de Dios con el hombre.

Sus expresiones son muy fuertes: no hay que identificar sociedad socialista y Reino de Dios... "Se podría llegar a la construcción de la sociedad socialista perfecta sin llegar a dar con Jesucristo... En una sociedad socialista no se tiene, material o físicamente, algo más con Jesucristo. Jesucristo se dirige a la conciencia, al corazón del hombre. Jesucristo libera totalmente al hombre, colmándole su espíritu y su corazón, impulsándole a desarrollar al máximo cada una de sus capacidades de vivir y amar. Jesucristo rebasa nuestras eficacias, trastorna nuestro sentido de la rentabilidad y puede ir a veces contra la corriente de la lógica del socialismo..."

Los militantes reconocen por lo tanto la originalidad de la fe y la novedad de vida que se introduce en nosotros por la fe en Jesucristo muerto y resucitado. Pero al mismo tiempo, no quieren separar su fe de su vida. Lo que ellos quieren es vivir Jesucristo en toda su vida obrera, incluso en sus compromisos familiares, sindicales y políticos (14).

(14) Este deseo de vivir de Jesucristo ha sido expresado con vigor por los militantes cuando el 9º Encuentro Nacional de la Acción Católica Obrera: "Para nosotros vivir de Jesucristo es adherir a la persona de Jesu-

Obispos y sacerdotes a veces nos desconcertamos, puesto que ellos no emplean las mismas fórmulas teológicas que nosotros. Por lo mismo debemos estar más atentos a lo que ellos viven que a las aparentes deficiencias de algunas de sus expresiones. Allí también debemos dejarnos interrogar.

¿Somos conscientes de la riqueza de su lenguaje? ¿Sabemos acogerlo y compartir con ellos nuestra fe, de modo que ellos puedan comprendernos?

2. *La presencia de Jesucristo en el dinamismo del Movimiento Obrero.*

Tal actitud es necesaria para descubrir la presencia de Jesucristo en el dinamismo del Movimiento Obrero. No se trata, en absoluto, de transformar el Movimiento Obrero en un movimiento mesiánico. Puede darse que tal o cual obrero, tal o cual intelectual, que "se vuelca" al "mundo obrero", hayan caído en este error. A través de nuestras conversaciones no lo hemos percibido.

En varios momentos constatamos que los militantes cristianos se quedan con hambre si el intercambio, cuando se da un encuentro, no tiende a descifrar el sentido de los acontecimientos a la luz de la palabra de Dios y los sacramentos. A veces se trata sólo de una preparación al recibimiento del Evangelio, al descubrimiento de la Iglesia. Para los que tienen fe es verdaderamente un crecimiento en su vida cristiana el que se realiza a través del don de sí a los demás para la liberación y la promoción de todos.

Desechando la idea de canonizar la opción socialista y reconociendo las desviaciones de ciertas realizaciones, muchos de los militantes cristianos piensan que hay una coherencia profunda entre la visión del hombre según las bienaventuranzas evangélicas y la que inspira su proyecto político. Dios, dicen, ha creado a todos los hombres iguales; nosotros debemos responder al designio de Dios. Dicen también: los proyectos socialistas buscan promover en los hechos una vida fraternal.

Tal actitud puede desconcertarnos. Responde, de hecho, a una gran corriente de la Tradición. Es Verdad, no se trata de ver la fe allá donde no está; por otra parte, los militantes cristianos son demasiado respetuosos de sus camaradas co-

cristo, viviendo entre los trabajadores su misterio de muerte y resurrección en la participación del combate de la clase obrera por su liberación. Es por lo tanto un movimiento de conversión donde somos llamados a orientar y comprometer toda nuestra vida para la liberación del hombre y la reconciliación de la humanidad. En este mismo movimiento de conversión realizamos la experiencia vital que esta salvación la recibimos de Dios.

Evangelizar es por lo tanto llamar a los hombres vivir este misterio y revelarles que ellos participan ya del amor liberador del Señor" (Ver Evangelización y clase obrera, Documento de la Acción Católica Obrera Francesa, Ed. CEP, Lima, 1971).

mo para decirles que ellos tienen una fe "implícita" o que son cristianos aunque no lo sepan. Pero, en la fe, ellos mismos saben que Dios está obrando en el mundo. Dios, sin quien nada se hace; Dios que quiere que todos los hombres se salven y lleguen al conocimiento de la verdad; Dios que quiere reunir a todos sus hijos en Cristo, en Iglesia.

En nuestros diálogos con los militantes descubrimos en esto una forma real de contemplación y vida misionera. Es probable que nosotros no hayamos estado lo suficientemente preparados por la formación que hemos recibido. Pero verdaderos contactos con los obreros cristianos y la acogida de su experiencia de fe, nos permiten también avanzar en esta dirección.

3. *Revelar a Jesucristo en el dinamismo del Movimiento Obrero.*

Hemos hablado poco de esta revelación de Jesucristo en nuestras conversaciones con los militantes cristianos. Pero conocemos la preocupación apostólica de los miembros de la Acción Católica Obrera. Fue expresada con vigor en su último encuentro nacional. Por eso podemos referirnos al mismo tiempo a lo que ellos viven y a algunas de sus expresiones.

Para ellos anunciar a Jesucristo no es una enseñanza, es un testimonio. Se trata de vivir en el dinamismo del Movimiento Obrero de tal manera que el misterio de Cristo se manifieste a través de su vida y su acción, no ante todo bajo la forma de una proclama, sino bajo la forma de un testimonio que llame la atención y que un día ocasione una interrogación: "¿Quién es Jesucristo para tí? ¿Qué significa eso en tu vida?" Entonces la respuesta dada se convierte también en testimonio; dan cuenta de su fe.

Esta manera de revelar a Jesucristo nos invita a la reflexión. No se trata de renunciar al anuncio explícito de Cristo, de toda la Buena Nueva de la salvación en Jesucristo. Pero, ¿sería escuchado un anuncio de Cristo que fuera únicamente una enseñanza? Nuestro comportamiento, nuestras intervenciones deben tener un valor significativo para el "mundo obrero". Pero, ¿qué hacer, y cómo?

4. *Llamados a la Iglesia.*

Nuestras conversaciones con los militantes nos permitieron vivir una verdadera experiencia eclesial. Nos dimos cuenta de su amor por la Iglesia y la inquietud que tienen por su presencia y crecimiento en el "mundo obrero". Y nos debemos hacer eco de los llamados que ellos dirigen a las instituciones y a las personas que la hacen visible.

El "mundo obrero" no puede contentarse con declaraciones. Espera una renovación en el com-

(prosigue en la pág. 248)

Teología abierta para el laico adulto

por

JUAN LUIS SEGUNDO

en colaboración con el

Centro Pedro Fabro de Montevideo

1

Esa Comunidad llamada Iglesia

2

Gracia y condición Humana

3

Nuestra idea de Dios

4

Los Sacramentos hoy

EDICIONES CARLOS LOHLE

Distribuye América Latina

18 de JULIO 2089