

SUBSIDIOS PASTORALES CEPCOM



¿QUÉ ES LA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN?



**Edición elaborada por
La Comisión Episcopal para
La Pastoral de la Comunicación**

Ciudad de México

2026

INDICE

Introducción	p. 2
I. Conociendo la Pastoral de la Comunicación	p. 3
1. Las fuentes de la pastoral de la comunicación	
2. ¿Qué es la pastoral de la comunicación?	
3. Pastoral de la comunicación: Ser y quehacer	
El Ser	
El quehacer	
Conclusión	
II. Los ámbitos de la pastoral de la comunicación	p. 6
Comunicación humana	
Comunicación pastoral	
Comunicación mediática	
III. La Comisión (Dimensión o equipo) para la Pastoral de la comunicación	p. 12

EDICIÓN

Mons. Héctor López Alvarado, Obispo Auxiliar de Guadalajara y presidente de la Comisión Episcopal para la Pastoral de la Comunicación

Pbro. Juan Javier Padilla Cervantes, Secretario Ejecutivo CEPKOM

Ciudad de México, México a 10 de abril de 2026

Presentación

La pastoral de la comunicación se configura hoy como un campo de reflexión y acción imprescindible para la comprensión de la misión de la Iglesia en el contexto contemporáneo. En una sociedad profundamente marcada por procesos comunicativos que inciden en la configuración de la cultura, las relaciones sociales y las dinámicas de sentido, la Iglesia está llamada a repensar su praxis evangelizadora desde una perspectiva integral que articule fe, cultura y comunicación. En este horizonte, la comunicación no puede entenderse únicamente como un instrumento técnico, sino como una dimensión constitutiva de la acción eclesial.

Desde una fundamentación teológica, la pastoral de la comunicación encuentra su raíz en el misterio mismo de Dios, que se revela como comunión y comunicación. La Iglesia, en cuanto sacramento de salvación, participa de esta dinámica al anunciar, celebrar y hacer presente el Evangelio en la historia. Por ello, la acción pastoral es esencialmente comunicativa: no solo transmite contenidos doctrinales, sino que genera procesos de encuentro, diálogo y comunión que hacen visible la vida de Dios en el mundo.

En este sentido, la pastoral de la comunicación se comprende como una dimensión transversal que anima y articula la totalidad de la vida eclesial, favoreciendo la comunión interna y el diálogo con la sociedad. Su carácter integral implica reconocer la interacción entre la comunicación humana, pastoral y mediática, superando reduccionismos funcionalistas. Así, más que una estructura operativa, constituye un modo de ser y actuar de la Iglesia, orientado a hacer presente el acontecimiento salvífico de Cristo en los diversos contextos culturales.

I. Conociendo la Pastoral de la Comunicación

1. Las fuentes de la pastoral de la comunicación

La pastoral de la comunicación no surge de una intuición aislada ni de una necesidad coyuntural, sino que tiene sus raíces en las fuentes fundamentales de la vida cristiana: la Sagrada Escritura, la Tradición y el Magisterio de la Iglesia.

En primer lugar, la Revelación misma es comunicación. Dios se da a conocer, se revela, entra en diálogo con la humanidad. En Jesucristo, Palabra hecha carne, la comunicación alcanza su plenitud: Dios no solo habla, sino que se hace cercano, visible y experimentable. Desde esta perspectiva, toda acción comunicativa en la Iglesia encuentra su modelo en Cristo comunicador.

En segundo lugar, la Tradición viva de la Iglesia ha comprendido siempre su misión como una tarea de transmisión: transmitir la fe, anunciar el Evangelio, hacer discípulos. La catequesis, la liturgia y la vida comunitaria son formas históricas de comunicación de la fe.

En tercer lugar, El Magisterio de la Iglesia, por su parte, ha profundizado en la importancia de la comunicación en la vida eclesial. Se reconoce que la Iglesia tiene la misión de interpretar auténticamente la Palabra de Dios, custodiarla y explicarla fielmente. En este sentido, la comunicación no es opcional, sino parte constitutiva del servicio de la Iglesia a la verdad.

Asimismo, documentos eclesiales contemporáneos subrayan que la evangelización es esencialmente comunicación: comunicar la Buena Nueva de Jesucristo al mundo. La Iglesia existe para evangelizar, y esta evangelización implica necesariamente procesos, lenguajes y medios de comunicación.

Finalmente, la reflexión teológica, especialmente la teología pastoral, aporta un marco fundamental: la pastoral es la praxis concreta de la Iglesia en la historia, orientada a hacer presente la salvación de Cristo en contextos concretos. La pastoral de la comunicación se sitúa precisamente en este horizonte: discernir cómo comunicar el Evangelio hoy, en las condiciones culturales actuales.

2. ¿Qué es pastoral y qué es comunicación?

Para comprender la pastoral de la comunicación es necesario profundizar en sus dos términos constitutivos: pastoral y comunicación.

La pastoral se refiere a la acción de la Iglesia en el mundo, inspirada en la imagen del Buen Pastor. Es el conjunto de acciones mediante las cuales la Iglesia continúa la misión de Cristo, anunciando el Evangelio, celebrando la fe y sirviendo a la humanidad. No es simplemente organización o actividad, sino participación en el proyecto salvador de Dios.

Desde la teología pastoral, la pastoral es la expresión concreta de la fe en la historia, una praxis que busca responder a los signos de los tiempos y hacer presente la salvación en contextos específicos. Es, por tanto, dinámica, encarnada y siempre en discernimiento.

Por otro lado, **la comunicación** no se reduce a los medios o a la transmisión de información. En su sentido más profundo, comunicar es entrar en relación, compartir, generar comunión. La comunicación humana implica encuentro, diálogo y construcción de sentido.

En el ámbito eclesial, la comunicación adquiere una dimensión aún más profunda: es participación en la comunión trinitaria. La Iglesia comunica no solo contenidos, sino vida, fe, esperanza y amor. Comunicar es hacer visible la comunión, construir comunidad y abrir caminos de encuentro.

La pastoral de la comunicación nace precisamente de la integración de estas dos realidades: la acción evangelizadora de la Iglesia (pastoral) y la capacidad de generar comunión y diálogo (comunicación).

3. Pastoral de la comunicación: el ser y el quehacer

La pastoral de la comunicación puede entenderse como el conjunto de acciones, procesos y actitudes mediante los cuales la Iglesia vive, promueve y organiza la comunicación al servicio de la evangelización.

No es simplemente una pastoral más, sino una dimensión transversal que anima y articula la vida de toda la comunidad eclesial. De hecho,

se reconoce que la pastoral de la comunicación tiene un carácter integrador, ayudando a dinamizar la vida parroquial y diocesana y favoreciendo la comunión entre las distintas pastorales.

El ser de la pastoral de la comunicación

El ser de la pastoral de la comunicación se define desde su identidad profunda:

- Es eclesial, porque nace de la misión de la Iglesia.
- Es misionera, porque busca anunciar el Evangelio.
- Es comunitaria, porque promueve la comunión.
- Es transversal, porque está al servicio de todas las pastorales.
- Es encarnada, porque se inserta en la cultura y en los lenguajes actuales.

Su fundamento último está en la Trinidad: Dios es comunicación, comunión y relación. Por ello, la pastoral de la comunicación no es solo funcional, sino profundamente espiritual.

El quehacer de la pastoral de la comunicación

El quehacer de la pastoral de la comunicación se despliega en múltiples dimensiones:

1. Animar la comunicación interna de la Iglesia: Favorecer la comunión entre agentes, comunidades y estructuras eclesiales.
2. Evangelizar la cultura y los medios: No solo usar los medios, sino comprenderlos, habitarlos y transformarlos desde el Evangelio.
3. Formar comunicadores: Desarrollar agentes con identidad cristiana, capaces de comunicar con verdad, ética y creatividad.
4. Producir contenidos evangelizadores: Generar mensajes que transmitan la fe de manera significativa y contextualizada.
5. Promover una cultura del encuentro: Inspirada en el Evangelio, que favorezca el diálogo, la escucha y la fraternidad.

Servir a la misión de toda la Iglesia: La pastoral de la comunicación no se centra en sí misma, sino que está al servicio de la evangelización global.

En este sentido, la pastoral de la comunicación no se limita a “hacer comunicación”, sino que busca transformar la manera en que la Iglesia se relaciona, se expresa y se hace presente en el mundo.

Conclusión

Conocer la pastoral de la comunicación es descubrir una dimensión esencial de la vida y misión de la Iglesia. No se trata de una tarea secundaria ni de un campo técnico, sino de un espacio donde se juega la capacidad de la Iglesia para anunciar el Evangelio en el mundo actual.

En una cultura profundamente marcada por la comunicación, la Iglesia está llamada no solo a usar medios, sino a ser signo de comunión, testigo de diálogo y constructora de encuentro. La pastoral de la comunicación, en este sentido, es una respuesta pastoral a los desafíos de nuestro tiempo, pero también una oportunidad para renovar la misión evangelizadora.

En última instancia, la pastoral de la comunicación nos recuerda que evangelizar es comunicar, y comunicar es hacer presente el amor de Dios en la historia. Y ahí está su grandeza... y también su desafío.

II. Los ámbitos de la Pastoral de la Comunicación: humana, pastoral y mediática

Comprender la pastoral de la comunicación exige ir más allá de una visión reducida a los medios o a la difusión de contenidos. El documento Comunicación, misión y desafío del CELAM propone una visión integral que articula tres grandes ámbitos: la comunicación humana, la comunicación pastoral y la comunicación en los medios. Estas tres dimensiones no son independientes, sino profundamente interrelacionadas; juntas configuran un modelo de Iglesia que comunica desde su ser, su misión y su presencia en el mundo.

1. La dimensión de la comunicación humana: la base de toda pastoral

La primera y más fundamental dimensión es la comunicación humana, porque toda acción pastoral parte de la persona, de su capacidad de relación, de diálogo y de encuentro.

Comunicar, en su sentido más profundo, es entrar en relación con el otro. Es escuchar, acoger, compartir y construir comunión. Antes de cualquier estrategia, técnica o medio, está la experiencia humana del encuentro. Por ello, la pastoral de la comunicación comienza en la vida cotidiana: en la familia, en la comunidad, en los espacios de convivencia.

Desde la teología, esta dimensión encuentra su fundamento en el misterio de Dios, que es comunión trinitaria. La Iglesia, como prolongación de este misterio, está llamada a vivir y reflejar esa comunión en sus relaciones. La pastoral no puede reducirse a actividades, sino que es una praxis que expresa la vida de Dios en la historia y en las relaciones humanas .

En este sentido, la comunicación humana implica:

- La escucha auténtica, como actitud fundamental.
- El diálogo respetuoso, que reconoce la dignidad del otro.
- La empatía y cercanía, que construyen confianza.
- La comunión, como fruto de relaciones verdaderas.

Aquí se juega gran parte de la credibilidad de la Iglesia. Una comunidad que no sabe comunicarse internamente, difícilmente podrá anunciar el Evangelio hacia afuera. Por eso, la pastoral de la comunicación inicia formando personas capaces de relacionarse desde el Evangelio.

2. La dimensión pastoral: comunicar el Evangelio como misión

La segunda dimensión es la comunicación pastoral, es decir, la comunicación al servicio de la evangelización.

La Iglesia existe para evangelizar, y evangelizar es comunicar. No se trata solo de transmitir ideas, sino de anunciar una Persona: Jesucristo. La evangelización es un acontecimiento comunicativo, un encuentro que transforma la vida.

La teología pastoral recuerda que la acción de la Iglesia tiene como

finalidad hacer presente la salvación de Cristo en la historia concreta de las personas . En este sentido, la comunicación pastoral no es una tarea secundaria, sino constitutiva de la misión.

Además, toda la Iglesia —y no solo algunos especialistas— es sujeto de esta misión. Los fieles laicos participan activamente en ella, siendo llamados a llevar el Evangelio a todos los ambientes de la vida.

Esta dimensión implica:

- Anunciar el Evangelio de manera comprensible y significativa.
- Formar en la fe, a través de procesos catequéticos y educativos.
- Celebrar la fe, especialmente en la liturgia, como acto comunicativo.
- Testimoniar con la vida, haciendo creíble el mensaje.
- Implica, llevar la comunicación a la pastoral, y hacer pastoral en la comunicación.

¿Qué significa llevar la comunicación a la pastoral y hacer pastoral en la comunicación

Esta expresión describe un doble movimiento que define la identidad misma de la Pastoral de la Comunicación. No se trata de dos tareas separadas, sino de una dinámica complementaria que transforma tanto la vida pastoral como la manera de comunicar.

a. Llevar la comunicación a la pastoral

Implica reconocer que toda acción pastoral es, en su esencia, un acto comunicativo.

La pastoral no es solo organización de actividades, sino transmisión de vida, de fe, de sentido. Por eso, cuando se dice “llevar la comunicación a la pastoral”, se está afirmando que toda acción de la Iglesia debe ser:

- más clara (que el mensaje se entienda),
- más cercana (que toque la vida de las personas),
- más relacional (que genere encuentro y comunión).

Desde la teología pastoral, la Iglesia está llamada a expresar la verdad de Cristo no solo en contenidos, sino en actitudes, relaciones y acciones concretas, de modo que pueda transformar la vida de las

personas.

Esto significa que la comunicación:

- humaniza la pastoral (la hace más cercana y menos burocrática),
- articula las pastorales (evita la fragmentación),
- da sentido misionero (no solo hacer cosas, sino comunicar el Evangelio).

En la práctica, esto se traduce en:

- reuniones pastorales con escucha real, no solo información,
- catequesis dialogantes, no solo expositivas,
- celebraciones que comunican vida, no solo ritualidad.

Es pasar de una pastoral que “hace actividades” a una pastoral que comunica vida y genera encuentro.

b. Hacer pastoral en la comunicación

El segundo movimiento es igual de importante: no basta con usar la comunicación como herramienta, sino que hay que evangelizar dentro del mundo de la comunicación.

Aquí la comunicación deja de ser un medio y se convierte en territorio de misión.

Esto implica reconocer que: los medios, las redes sociales, la cultura digital, etc., no son solo canales, sino espacios donde viven, piensan y se relacionan las personas.

Por eso, hacer pastoral en la comunicación significa: anunciar el Evangelio en estos espacios, acompañar a las personas en su realidad digital, formar conciencia crítica frente a los contenidos, generar cultura del encuentro también en lo digital.

El Magisterio ha reconocido que los medios de comunicación forman parte de la acción pastoral y misionera de la Iglesia, no solo como instrumentos, sino como ámbitos propios de evangelización

En este sentido, no se trata solo de publicar contenidos, sino de evangelizar narrativas, habitar el lenguaje digital, ser presencia significativa en la cultura mediática.

Es pasar de “usar medios” a ser Iglesia presente en la cultura comu-

nicacional.

c. Una síntesis: dos movimientos, una sola misión

Ambas dimensiones se necesitan mutuamente:

- Si solo llevamos comunicación a la pastoral → mejoramos métodos, pero podemos quedarnos en lo interno.
- Si solo hacemos pastoral en la comunicación → podemos tener presencia mediática, pero sin raíces comunitarias.

La clave está en la integración: Una pastoral que comunica bien y una comunicación que evangeliza

Esto coincide con la visión de la Pastoral de la Comunicación como una pastoral transversal, que dinamiza toda la vida de la Iglesia y la pone en diálogo con la sociedad .

Conclusión

“Llevar la comunicación a la pastoral y hacer pastoral en la comunicación” no es una estrategia, es una conversión pastoral.

Es comprender que: la Iglesia no solo tiene algo que decir, sino que está llamada a comunicar como Cristo: escuchando, dialogando, encontrando, transformando la vida.

Ahí es donde la comunicación deja de ser técnica... y se convierte en misión.

3. La dimensión mediática: los medios al servicio de la misión

La tercera dimensión es la comunicación en los medios, es decir, el uso de los medios de comunicación social , ahora los digitales, en la misión evangelizadora.

El Magisterio ha reconocido progresivamente que los medios no son solo instrumentos técnicos, sino espacios culturales donde se configuran mentalidades, valores y formas de vida. Por ello, forman parte de la Doctrina Social de la Iglesia y del campo de su acción pastoral .

La Iglesia ha pasado de una actitud de cautela frente a los medios a reconocerlos como instrumentos indispensables para la evangelización. Hoy no basta con usar los medios: es necesario habitar la cultura mediática, comprenderla y dialogar con ella.

Esta dimensión implica:

- Uso estratégico de medios (radio, prensa, televisión, redes sociales).
- Producción de contenidos evangelizadores, creativos y contextualizados.
- Formación de comunicadores, con ética, profesionalismo y identidad cristiana.
- Presencia en la cultura digital, como espacio misionero.

Sin embargo, esta dimensión no puede absolutizarse. El riesgo es reducir la pastoral de la comunicación a redes sociales o producción de contenidos. Los medios son importantes, pero no son el centro. El centro sigue siendo la persona y el anuncio del Evangelio.

Integración de las tres dimensiones: una visión orgánica

Estas tres dimensiones no pueden entenderse de manera aislada. Forman una unidad dinámica:

- La comunicación humana es la base (relaciones).
- La comunicación pastoral es el sentido (misión).
- La comunicación mediática es el medio (herramientas).

Cuando se separan, surgen desequilibrios:

Mucho medio sin humanidad → comunicación fría y técnica.

Mucha pastoral sin comunicación → mensaje que no llega.

Mucha relación sin misión → falta de sentido evangelizador.

Por eso, la pastoral de la comunicación es profundamente integral y transversal. Como señala la experiencia de la Iglesia, no es una pastoral más, sino una pastoral que articula y dinamiza a todas las demás, favoreciendo la comunión y el diálogo con la sociedad .

Conclusión

Las tres dimensiones de la pastoral de la comunicación —humana, pastoral y mediática— ofrecen una visión completa de la misión comunicativa de la Iglesia en el mundo actual.

En un contexto marcado por la fragmentación, la velocidad y la saturación informativa, la Iglesia está llamada a comunicar de manera distinta: desde la cercanía, desde el testimonio y desde la verdad que libera.

III. La Comisión (Dimensión o Equipo) de la Pastoral de la Comunicación

Conviene hacer ahora una distinción: la diferencia entre Pastoral de la comunicación y la Comisión (Dimensión o Equipo) de Pastoral para la Comunicación, que no es simplemente organizativa; es una distinción entre dos niveles esenciales de la Iglesia:

- La Pastoral de la Comunicación pertenece al ser y a la misión de la Iglesia.
- La Comisión (Dimensión o equipo) pertenece al orden de la organización y del servicio a la misión. Instancia de animación, discernimiento y conducción.

Cuando hablamos de Comisión (Dimensión o Equipo) estamos en el nivel de estructura eclesial.

Significa que (Comisión, Dimensión, Equipo) es un organismo de la Iglesia, integrado por agentes (obispos, sacerdotes, laicos) con una responsabilidad específica (en este caso, la comunicación). Es por tanto una instancia de servicio, coordinación y conducción.

La Iglesia no actúa de manera improvisada, sino orgánicamente. La Iglesia actúa como cuerpo organizado que enseña, custodia y guía.

La Pastoral orgánica y/o de conjunto tiene varias características fundamentales:

Unidad. Todas las acciones pastorales responden a una misma visión evangelizadora. No hay pastorales aisladas.

Complementariedad. Cada pastoral cumple una función distinta o responde a una realidad concreta, pero complementaria: pastoral juvenil, pastoral familiar, catequesis, jóvenes, comunicación, etc.

Coordinación. Existe un orden pastoral, normalmente mediante: planes pastorales, consejos pastorales, coordinación diocesana, etc.

Participación. Participan: Obispos, sacerdotes, consagrados, laicos, cada uno según su vocación.

Concepto	¿Qué es?	Clave	
Pastoral	La misión misma de la Iglesia	Lo que hace la Iglesia	Evangelizar
Pastoral orgánica	El modo estructurado e integrado de vivir la pastoral	Como se organiza	Territorial: Diócesis, Decanatos, Parroquias Comisiones, Di-
Pastoral de conjunto	El trabajo colaborativo y corresponsable	Como se trabaja en comunión	Planes: Nacionales, Diocesanos, Comisiones

El magisterio de la Iglesia, a partir del Concilio Vaticano II, como *Aetatis Novae*, los Documento de Puebla, Aparecida, señalan que la pastoral (también la de comunicación) no nace sola, se implanta y se planifica. La misión requiere formación, planificación y comunión.

La Iglesia pide una pastoral:

Planificada. Con objetivos, procesos y evaluación.

Organizada. Con estructuras y equipos.

De conjunto. En comunión y corresponsabilidad.

Fuentes y referencia para profundizar

CELAM-DECOS, Comunicación, Misión y Desafío, Bogotá 1997

Julio A. Ramos, Teología Pastoral, BAC, Madrid 1995.

CELAM-DECOS., Hacia una Teología de la Comunicación, Bogotá 1988.

CEM, Programación de las Comisiones y Dimensiones, México 2025