

Convergencias entre la Doctrina Social de la Iglesia y el Trabajo Social en Cuba. Una aproximación desde la comunicación de bien público

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso¹; Caridad Castellanos Machado²; Luis Ernesto Paz Enrique³

Recibido: 26 de septiembre de 2023 / Evaluado: 28 de septiembre de 2023 / Aceptado: 06 de octubre de 2023

Resumen. La Iglesia Católica en Cuba, guiada por los principios emanados desde la Santa Sede y la Doctrina Social de la Iglesia, desarrolla su acción social y de evangelización adaptada a las particularidades de la nación y su cultura. No obstante, se enfrenta a considerables desafíos en su labor comunicativa debido a la infraestructura limitada de Internet y las restricciones vigentes en el acceso a la información en línea en el país. Ante esta situación, ha empleado alternativas donde destaca la plataforma YouTube y el diseño de mensajes concisos para acceder a una audiencia más amplia. Esta adaptación hacia contenido fácilmente compartible en línea facilita la difusión de sus mensajes religiosos, valores y principios cristianos en la población cubana. Por otra parte, la regulación gubernamental de los medios constituye un obstáculo considerable para la Iglesia católica en su esfuerzo por transmitir mensajes de manera sistemática. A partir de la situación anterior se plantea como objetivos del presente estudio: 1) identificar los fundamentos teórico-conceptuales de la Doctrina Social de la Iglesia y el Trabajo Social 2) diagnosticar la comunicación de bien público que produce la Iglesia católica cubana en la plataforma Youtube donde se reflejan dicha cuestión. La investigación clasifica como descriptiva con aporte teórico y se vale de métodos tanto teóricos como empíricos, destacando el análisis documental clásico y el análisis de contenido. Se concluye que la comunicación de bien público se ha convertido en una vía alternativa para el anuncio del mensaje de la iglesia, sus valores y acción social. Sin embargo, el diseño de mensajes basados en postulados netamente empíricos limita su interpretación e impacto en una audiencia tanto católica como laica.

Palabras clave: medios de comunicación; iglesia; trabajo social; Cuba

[en] Convergences between the Social Doctrine of the Church and Social Work in Cuba. An approach from communication for public good

Abstract. The Catholic Church in Cuba, guided by the principles emanated from the Holy See and the Social Doctrine of the Church, develops its social and evangelization action adapted to the particularities of the nation and its culture. However, it faces considerable challenges in its communication work due to the limited Internet infrastructure and current restrictions on access to online information in the country. Faced with this situation, it has used alternatives that highlight the YouTube platform and the design of concise messages to access a broader audience. This adaptation towards easily shareable online content facilitates the dissemination of its religious messages, values and Christian principles among the Cuban population. On the other hand, government regulation of the media constitutes a considerable obstacle for the Catholic Church in its effort to transmit messages in a systematic way. Based on the previous situation, the objectives of this study are: 1) identify the theoretical-conceptual foundations of the Social Doctrine of the Church and Social Work 2) diagnose the communication for the public good produced by the Cuban Catholic Church on the YouTube platform where this issue is reflected. The research is classified as descriptive with theoretical contribution and uses both theoretical and empirical methods, highlighting classic documentary analysis and content analysis. It is concluded that public good communication has become an alternative way to announce the message of the church, its values and social action. However, the design of messages based on purely empirical postulates limits their interpretation and impact on both a Catholic and secular audience.

Keywords: mass media; church; social work; Cuba

Sumario. 1. Introducción. 2. Materiales y métodos. 3. Resultados y discusión. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Hernández Alfonso, E. A.; Castellanos Machado, C.; Paz Enrique, L. E. Convergencias entre la Doctrina Social de la Iglesia y el Trabajo Social en Cuba. Una aproximación desde la comunicación de bien público, en *Mediaciones Sociales*, 22(2023), e91640.

¹ Universidad Nacional Autónoma de México (México).

E-mail: eahernandez1990@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6446-1653>

² Universidad Iberoamericana (México).

E-mail: caruchy.cuba@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3085-4141>

³ Universidad Nacional Autónoma de México (México).

E-mail: luisernestopazenrique@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9214-3057>

1. Introducción

El trabajo social es una disciplina que busca promover el bienestar y la calidad de vida de las personas, especialmente de aquellas en situación de vulnerabilidad o exclusión social. Coincidentemente los spots de bien público constituyen una herramienta efectiva para sensibilizar a la sociedad sobre diferentes temas y generar comportamientos favorables que promuevan el bienestar común. En tal sentido este género televisivo es complementario al trabajo social dado que puede transmitir mensajes contextualizados en las problemáticas de las audiencias y por ende suscitar su identificación inmediata.

El término spot de bien público se refiere a un anuncio de servicio social que tiene como objetivo promover o concientizar sobre temas de interés común. Estos spots suelen ser producidos por entidades gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro u otras instituciones con el propósito de informar, educar o generar conciencia en la sociedad (Hernández y Paz, 2021). El contenido de los mensajes generalmente persigue fomentar comportamientos positivos, promover cambios sociales o advertir sobre peligros potenciales. Desde este género publicitario se persiguen los siguientes objetivos:

- Sensibilización sobre problemas sociales: los spots pueden centrarse en temas como la pobreza, la violencia doméstica, la discriminación, el acceso a la educación o la falta de vivienda, el medioambiente. A través de imágenes impactantes y mensajes claros (Garrido y Collantes, 2022), se puede destacar la necesidad de abordar estos problemas y motivar a la sociedad a actuar.
- Promoción de la inclusión social: los spots pueden resaltar la importancia de la inclusión social y cómo el trabajo social contribuye a ello. Pueden mostrar historias de personas que han superado barreras (García y Aguilar, 2022) y han logrado integrarse en la sociedad gracias al apoyo de trabajadores sociales y voluntarios de organizaciones.
- Valoración del trabajo social: los spots pueden poner de relieve la labor desempeñada por los ejecutores y formuladores de acciones, así como resaltar su compromiso y dedicación. Esto ayuda a cambiar la percepción negativa o estereotipada que algunas personas pueden tener sobre el trabajo social y a mostrar su importancia en la construcción de una sociedad más justa y equitativa.
- Llamado a la acción: los spots pueden invitar a la audiencia a involucrarse y colaborar en iniciativas de trabajo social. Esto puede incluir donaciones, voluntariado o apoyo a programas y organizaciones que promueven el bienestar social. Al proporcionar información sobre cómo pueden participar, los spots pueden motivar a las personas a marcar la diferencia.

Es importante recordar que los spots de bien público deben ser diseñados acorde a las necesidades del contexto cultural y social con el objetivo de evitar estigmatizaciones o representaciones simplistas de la realidad. También es esencial asegurarse de que los mensajes transmitidos sean claros, inspiradores, también que fomenten la empatía y la acción.

Entre los principales retos del trabajo social desde los medios de comunicación radica la participación (Mosquera, 2022). Por ello en el presente estudio se considera como hecho concreto y real que no requiere necesariamente de un espacio físico para que se produzca la acción. Con la finalidad de garantizar el acceso como condicionante, las acciones que se diseñen requieren equilibrar ambos espacios: el físico y el simbólico. La ruptura con el paradigma unidireccional emisor – receptor se concreta en la producción de sentidos. De este modo mediante el diálogo se trasciende la concepción clásica de productores y consumidores en los medios de comunicación.

La ejecución de acciones en la producción televisiva tradicionalmente se concibe desde un espacio físico (asociado a la institucionalización del medio) pero en cambio no existe linealidad en la dotación de sentido. Razón por la cual, desde este enfoque que privilegia lo simbólico se desmitifica la hegemonía de la televisión sobre consumidores pasivos. La participación contenida desde otros niveles como la consulta permite diseñar sistemas de acciones que favorezcan no solo la reinterpretación de los fenómenos de la sociedad sino la circulación del sentido como expresión colectiva.

Los símbolos son elementos culturales que adquieren significados compartidos y representaciones colectivas en una sociedad. Estos símbolos pueden ser objetos, gestos, palabras o prácticas que, a través de su uso y reconocimiento por parte de los miembros de una comunidad. Beuchot (2022) considera que “la experiencia simbólica pide de la metáfora un trabajo de sentido” (p. 5), lo cual implica darle sentido a la realidad social.

El orden simbólico que dirige las acciones contiene las diferencias individuales, por ello está sujeto al conflicto como una forma de expresar lo real y lo posible. A partir de las expresiones de los sujetos que intervienen en el proceso, las instituciones y los medios de comunicación se pueden constatar las necesidades y favorecer los procesos de toma de decisiones. Incluso la comunicación que se produce desde medios alternativos (plataformas de streaming

en vivo, foros y comunidades en línea, medios comunitarios, podcasts, entre otros) cuando se orienta en el sentido de aceptación favorece la transformación social.

Sin embargo, persisten contradicciones desde los medios de comunicación como expresión de una forma productiva unilateral, centralizada y vertical que no propicia ni el consenso ni el diálogo. Desde este modelo la comunicación se constituye como expresión dialéctica entre el medio de comunicación creado para negar la omnipotencia de sus antecesores, la ruptura y continuidad (desde las relaciones sociales que suscitan como expresión de nuevos modos productivos) y las propias transformaciones de la sociedad (en lo que puede mencionarse las políticas públicas en materia de comunicación social) que modulan alcances y limitaciones.

Las acciones se gestan a partir de la producción de significados, en primera instancia por la decisión del sujeto de querer actuar, y posteriormente por la intención de formar parte de una producción colectiva de sentidos. Se parte del presupuesto que los propios actuantes identifican situaciones problemáticas que pueden jerarquizarse en núcleos temáticos que aborden los conflictos a través del diálogo. Desde este enfoque se puede lograr encuentros entre los participantes.

Las generaciones digitales posteriores a los avances de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones imponen lógicas de consumo digital propias de la Generación App⁴. Las relaciones sociales trascienden el espacio físico, instadas por el empleo de aplicaciones móviles como Whatsapp o Telegram para desarrollar un intercambio que favorezca el diálogo. Los canales simbólicos poseen facilidades multimediales (empleo de imagen, sonido, video, gráficas), coherentes con las actividades que se realizan en la etapa creativa de la producción del spot de bien público (fundamentalmente en el diseño de la agenda del medio y la selección de temáticas, contenidos).

Los medios comunitarios, ya sea en forma de estaciones de radio locales, periódicos o canales de televisión, son vitales para la construcción de un sentido de identidad y comunidad en una determinada área geográfica. Estos medios suelen dar voz a las preocupaciones y asuntos locales, lo que permite a los residentes sentirse parte de un proyecto colectivo. Constituyen además la plataforma para la promoción de eventos y proyectos comunitarios, lo que facilita el trabajo social al conectar a las personas y recursos en una comunidad.

Finalmente, las plataformas de streaming en vivo proporcionan una manera en tiempo real de conectarse con otras personas a nivel local, nacional e internacional. Los espectadores pueden participar en transmisiones en vivo a través de comentarios y chats, lo que les permite interactuar directamente con los creadores de contenido y otros espectadores. Por ello constituye un elemento clave para crear sentido de comunidad en torno a iniciativas sociales, debates políticos, entre otros.

Las plataformas y medios alternativos también ofrecen un espacio propicio para la creación y difusión de spots de bien público. En primer lugar, los podcasts y las plataformas de streaming en vivo permiten que creadores de contenido y organizaciones sin fines de lucro compartan mensajes importantes con su audiencia de una manera más directa y personal. Estas plataformas ofrecen la flexibilidad de adaptar los mensajes a la audiencia específica que se desea alcanzar, lo que es esencial para la efectividad de los spots de bien público. Los podcasters y streamers pueden incorporar mensajes educativos, informativos o de concienciación en su contenido, llegando así a una audiencia comprometida y receptiva.

2. Materiales y métodos

La investigación clasifica como descriptiva con aporte teórico. Se emplean métodos en los niveles teórico y empírico. Para la realización del análisis documental se siguió la siguiente estrategia de búsqueda (ver Tabla 1).

Para la realización del análisis de contenido en el caso de la muestra de 7 audiovisuales recuperados se tomaron en consideración los siguientes aspectos: Título del audiovisual, Institución productora, Duración, Temática que representa. Asimismo se siguió un criterio por conveniencia para la investigación (Hernández y otros, 2014) y coherencia de los materiales con la comunicación de bien público. Para ello se siguieron los siguientes criterios de inclusión/exclusión.

Criterios de inclusión:

- Relevancia temática: estar relacionados con la temática comunicación de bien público desde la institución católica en Cuba.
- Fuente: recuperarse desde fuentes confiables, como canales oficiales de la Iglesia Católica o instituciones católicas reconocidas en Cuba.
- Accesibilidad: estar disponibles públicamente en YouTube y no estar sujetos a restricciones de acceso.

⁴ Conjunto de personas nacidas a partir de 1995 y que están marcada por la dominancia tecnológica de los teléfonos inteligentes y sus aplicaciones (Gardner y Davis, 2018).

Tabla 1. Estrategias de búsqueda y recuperación de información

Base de datos	Estrategias de búsqueda	Criterios de exclusión	Documentos recuperados	Documentos relevantes recuperados
Google Scholar	1. Comunicación de bien público AND Iglesia 2. Trabajo social	– No abordar las relaciones entre la comunicación de bien público y la iglesia – No abordar el trabajo social desde los medios de comunicación	Libros: 10 Artículos: 18	Libros: 5 Artículos: 7
Google	1. Doctrina social de la Iglesia 2. Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana AND Estudio Vandor		Página Web: 7 Audiovisuales: 15	Página Web: 3 Audiovisuales: 7
Total	--	--	50	22

Nota. Elaboración propia.

Criterios de exclusión:

- Relevancia temática: se excluyeron los videos que no están relacionados con la temática comunicación de bien público desde la institución católica en Cuba.
- Fuentes: se excluyeron los videos de fuentes no confiables o no vinculadas a instituciones católicas cubanas con el objetivo de garantizar la validez de la información.
- Accesibilidad: videos que no son accesibles públicamente o que están sujetos a restricciones de visualización o disponibilidad de datos.

En el estudio, se emplea la triangulación por métodos para aumentar la validez y la confiabilidad de los resultados Forni y De Grande (2019).

3. Resultados y discusión

3.1. La acción social de la Iglesia católica en los marcos del Trabajo Social y la DSI. El caso de Cuba

El enérgico desarrollo del sistema capitalista, sobre todo a raíz de la Revolución Industrial a mediados del siglo XIX, expuso una creciente desigualdad social y económica en los países europeos. Hasta ese momento, las formas de ayuda social habían quedado como responsabilidad de las instituciones religiosas, fundamentalmente de la Iglesia católica por su historia y capacidad estructural en países como España y Francia. Por su parte, en Alemania, Inglaterra, Países Bajos, Estados Escandinavos y Suiza, la impronta del cristianismo protestante había debilitado la hegemonía católica.

En estos lugares, creyentes cumplidores de los principios cristianos que establecían la salvación terrenal a partir de la práctica de la caridad y las obras de misericordia (Lima, 1983) también se destacaron con acciones hacia los pobres y desfavorecidos. Paralelamente, los procesos de secularización y laicización habían avanzado en los Estados nacionales europeos. Como consecuencia, la creciente idea de desplegar la ayuda social desde formas seculares como la filantropía estaba arraigándose en la nueva clase social burguesa que se instituía con fuerza.

Sin embargo, el aumento de los migrantes que se desplazaron del campo a las ciudades en busca de mejoras laborales propició el hacinamiento urbano. En tanto, proliferó la insalubridad por falta de infraestructuras capaces de soportar la nueva carga demográfica, los índices de morbilidad y los malestares de los trabajadores. La práctica asistencial de las instituciones y los agentes que se dedicaban a ello tradicionalmente era insuficiente. Estos nuevos grupos afectados desfavorablemente por el desarrollo intensivo del capitalismo se convirtieron en una preocupación para los gobiernos modernos (Riveiro, 2010).

Ante esta realidad, desde las Ciencias Sociales también se buscaron alternativas de solución sistematizando las prácticas asociadas a la caridad y la filantropía como un terreno fecundo de desarrollo. A partir de ello, se puede distinguir los comienzos de una institucionalización del trabajo social como práctica profesional destinada a resolver esta crisis social. El Trabajo Social asumió el rol de convertirse en un espacio donde

confluirían la sociología, la psicología y los intereses políticos del Estado, matizados por los principios del humanismo cristiano (Keith-Lucas, 1985).

En los inicios del Trabajo Social se constata la influencia de la acción social y pastoral de la Iglesia católica. Según Boris Lima (1983), “hacer el bien por amor a Dios” se convirtió en un recurso para distribuir la riqueza y crear órdenes religiosas que se destinaron a la ayuda de huérfanos, enfermos y ancianos, especialmente. En lo que este autor denomina el Modelo Institucional Cristiano en la etapa pre - técnica del Trabajo Social, se pueden encontrar nombres de sacerdotes y religiosos como San Vicente de Paúl, San Juan Bosco, y otro grupo de laicos que fundaron asociaciones⁵ y fomentaron prácticas para atender a los diferentes grupos que necesitaban ayuda social y económica: Juan Luis Vives, Benjamín Thomson, Thomas Chalmers, Federico Ozanon, Octavia Hilla y Samuel Barnet, etc.

La presencia de varios sectores de la Iglesia católica en la ayuda a los pobres y más necesitados se instituye a partir del año 1891. En la Encíclica *Rerum Novarum* del papa León XIII, bajo el nombre de Enseñanza Social o Doctrina Social de la Iglesia se expresa la intención latente de que la Iglesia no estaría ajena de las cuestiones relativas a la vida social de los cristianos. Que la Iglesia intervenga o comente temas sociales que atañen no solo al creyente sino a todos los seres humanos, ha formado parte de planes globales de pastoral que han mantenido los diferentes representantes del papado desde el Concilio Vaticano II (Juan Pablo II, 1981), especialmente Juan XXIII, Juan Pablo II y Francisco.

La DSI se considera un conjunto de principios, valoraciones permanentes, juicios y orientaciones para la acción de la Iglesia. En ese cuerpo doctrinal se ha ido exponiendo a lo largo de más de un siglo una vía de análisis sobre lo social desde la iluminación del Espíritu Santo (Vergara, de Buen, Concha y Auping, 1992). Dentro de los principales objetivos, se orienta desde la fraternidad y la caridad para construir y vivir en una sociedad, desde una dimensión cristiana, con un claro compromiso de la verdad, la justicia, la libertad y la paz. “La Doctrina Social de la Iglesia quiere fomentar un humanismo integral y solidario, fundamentado en el respeto a la dignidad de la persona, en el respeto a los derechos humanos y a los derechos de todos los pueblos” (Escobar, 2012).

Un elemento importante es el método de la DSI centrado en la triada: ver-juzgar-actuar. No obstante, la relación intrínseca de estas tres capacidades pierde sentido si las directrices de la acción no promueven un humanismo integral y solidario como expresó Juan XXIII en la encíclica *Mater et Magistra* (1961). Por tal motivo, actuar para la Iglesia lleva implícito realizar acciones concretas que contribuyan promover y generar condiciones, grupos, comunidades, movimientos y proyectos capaces de transformar la realidad y la sociedad en función a la eliminación de las desigualdades sociales.

Aunque la Iglesia niega tener el propósito de intervenir y entrar en competencia con las funciones sociales que son pertinentes del Estado. En cambio, las prácticas tienen una función común en la protección de las personas y sus comunidades (Ruiz, 2002). De tal manera, es susceptible a ser juzgada por el cumplimiento de lo que promueven estos pronunciamientos relacionados con la práctica de los valores universales como el respeto y promoción de la dignidad de la persona humana, la justicia social y el amparo de los pobres y necesitados.

El escenario social cubano a partir de la década de los noventa se tornó favorable para una acción social de la Iglesia dese los principios rectores de la DSI y el Trabajo Social. Con la posibilidad de la participación de las instituciones religiosas y sus agentes de pastoral en la esfera pública cubana a raíz de la crisis económica, el Estado cubano dejó las puertas entreabiertas ante la búsqueda de alternativas y facilitar gestiones para salir de la crisis. Aunque las reformas se produjeron esencialmente en la estructura económica, impactó en la ideología oficial al desvincular el fenómeno religioso como un hecho peligroso para el Partido Comunista (Machado, 2020).

A ello, se le suman los efectos de las visitas del papa Juan Pablo II (1998) y sus sucesores Benedicto XVI (2012) y Francisco (2015). El papa Juan Pablo II solicitó públicamente y ante las agencias internacionales presentes que Cuba debía abrirse al mundo. Tal acontecimiento no solo dio visibilidad nuevamente a la Iglesia en el espacio público cubano, sino que garantizó nuevos radios de acción para el trabajo asistencial y de promoción humana.

Actualmente, la acción de la Iglesia católica en Cuba en relación con los principios del Trabajo Social está encaminada a la gestión y desarrollo de proyectos de tipo asistencial y otros de promoción humana en las esferas de la salud, educación y cultura, dentro de los marcos de la ley que el Estado cubano le permite. La

⁵ Una de las primeras y más importantes organizaciones que surgen en los inicios de la profesionalización del Trabajo Social es la Charity Organization Society (COS). Fundada en Inglaterra por Octavia Hilla y Samuel Barnet comienza sus acciones en 1869. Básicamente se dedicaban a la investigación de las condiciones sociales de las personas que recibían la ayuda. Además, para la intervención profesional de sus agentes era necesario estudiar la conducta de los individuos y los problemas económicos que los rodeaban. Posteriormente, se fundó en 1877, en Búfalo, Estados Unidos, una filial de la COS. De tal modo fue el impacto de las acciones de esta organización que Mary Richmond sistematizó el trabajo que realizaban las visitadoras voluntarias de la COS en Estados Unidos en su libro *Social Diagnosis* (1917). Dicha obra constituye el primer manual metodológico del Trabajo Social.

presencia desde 1994 de CÁRITAS⁶, en cada una de las diócesis del país, ha contribuido apoyar con bienes materiales y recursos económicos a uno de los sectores de la población más vulnerable: los ancianos.

A partir de ello, se constata la presencia de asilos, comedores, lavanderías y otras propiedades de la Iglesia para brindar servicios de alimentación, cuidado y lavado de ropa a estos grupos que sufren de abandono por parte de sus familiares. En dependencia de las realidades de cada diócesis, estos servicios también son administrados desde las parroquias y llegan hasta las casas de los que están registrados a través de un censo realizado previamente. También existen instituciones sanitarias aprobadas por el Estado atendida por órdenes de religiosas como el Hogar de Ancianas “Siervas de San José”, Asilo Santovenia y La Edad de Oro⁷.

De otro lado, la pastoral penitenciaria, apoyada desde CÁRITAS, se vincula a este sector visitándolos directamente en las cárceles y promoviendo una inserción efectiva en sociedad. Otras colaboraciones, con modestos recursos, son dedicadas a apoyar grupos específicos y sus familias como los alcohólicos anónimos, personas con autismo, enfermedades psíquicas, síndrome de Down y parálisis cerebrales. En la ciudad de Santa Clara se encuentran experiencias de este tipo de instituciones como Corazón Solidario y el proyecto Príncipe Enano que se dedican al trabajo y atención con personas que viven en esta condición y sus familias. Se cuenta además con guarderías para apoyar a las mujeres trabajadoras, atendidas por religiosas y laicos como las Hijas de María Auxiliadora en Peñalver. Otras órdenes religiosas cuidan a enfermos en hospitales, siendo la más desatacada las Siervas de San José y las Hijas de la Caridad.

Las donaciones en las esferas mencionadas son también un recurso importante autorizado por el Estado para mejorar las condiciones de trabajo y proveer de insumos a los destinatarios. Principalmente medicamentos, espejuelos, prótesis, sillones de rueda, etc., siempre bajo la supervisión de un médico especialista. Esta modalidad asistencial en el sector de la salud permite una mayor participación de la Iglesia fuera del control estatal en el ámbito familiar y comunitario, desplegando sus propias iniciativas a nivel local a través de las instituciones religiosas que se dedican a proyectos de beneficencia y asistencia social. Es válido apuntar que, aunque constituyen una oportunidad para los más desposeídos, no cubren en ningún porcentaje representativo las crecientes demandas de los grupos vulnerables del país.

Un ejemplo de ello también se constata en varias parroquias donde existen dispensarios y establecimientos que elaboran medicina natural tradicional, fundamentalmente en la región oriental en Santiago de Cuba y Manzanillo. Estas son promovidas por religiosas y laicos que contribuyen a satisfacer las necesidades de la población donde se encuentran. Las farmacias estatales desabastecidas convierten estas iniciativas en el foco principal de atención de la comunidad que no encuentra alternativas para comprar los medicamentos básicos.

En el ámbito de la educación, específicamente después de la visita del papa Juan Pablo II, surgieron los Centros Diocesanos de Formación, y se fortalecieron las Bibliotecas Diocesanas con mayor o menor estructura y condicionamientos, pero hoy ya son referentes para los jóvenes. La formación alterativa a la oficial comenzó a emplearse a través de cursos, talleres, diplomados y maestrías impartidas por especialistas y académicos nacionales e internacionales. Los temas fundamentales que se han desarrollado están enfocados a la enseñanza del idioma inglés, la teología, filosofía, antropología, bioética y comunicación social. Otras congregaciones abren locales dentro de las parroquiales para impartir módulos básicos de inglés, computación y promoción en valores en función de las demandas de la comunidad juvenil.

En los primeros años de los 2000 se comenzó también la experiencia de las Escuelas de Verano para profesores y maestros. Las convocatorias de concursos con premios en moneda nacional y eventos de carácter histórico y cultural fueron cada vez más frecuentes. Ello ha permitido la creación de espacios de intercambio cultural y discusión de temáticas religiosas sobre el pensamiento cristiano católico. Asimismo, el vínculo de la cultura e intelectuales ha propiciado la elaboración de proyectos y presencia del arte religioso en los Salones de Arte en el ámbito de la plástica, teatros y centros culturales.

3.2. Análisis de la comunicación de bien público producida por la Iglesia Católica cubana

Se aplica el análisis a una cantidad limitada de audiovisuales (6 documentos) a partir de una búsqueda que incluyó diversos canales de YouTube relacionados con instituciones católicas cubanas (Pastoral Juvenil

⁶ Es una organización de carácter internacional que pertenece a la Iglesia católica. Agrupa, además, 165 organizaciones de asistencia, desarrollo y servicio social. Tiene como misión combatir la pobreza, la exclusión, la intolerancia y la discriminación ayudando, fundamentalmente a los grupos sociales más vulnerables.

⁷ Estas instituciones son dirigidas por las Siervas de San José, las Hermanitas de los Ancianos Desamparados y las Hijas de la Caridad de San Vicente de Paul, respectivamente. Como referencia del trabajo que realizan puede visitarse el sitio web de la Familia Josefina: <https://familiajosefina.org/hogar-de-ancianas-siervas-de-san-jose/>

Habana, EstudioVandor, Red Católica Juvenil Cubana, Diócesis de Santa Clara). Este resultado se debe fundamentalmente a que la presencia de la Iglesia Católica en el espacio público de Cuba se encuentra significativamente limitada.

En primer lugar, la institucionalidad de los medios de comunicación cubanos es controlada por el gobierno, situación que ha tenido un impacto significativo en la visibilidad y difusión de contenidos religiosos. Asimismo, afecta la capacidad para llevar a cabo actividades de promoción y comunicación de sus valores y mensajes. Estas restricciones pueden incluir limitaciones en la publicidad, la difusión de mensajes religiosos en medios de comunicación estatales y otros aspectos de la expresión pública de la fe.

Dada la infraestructura limitada de Internet en Cuba y las restricciones en el acceso a la información en línea, las plataformas como Youtube y el diseño de mensajes cortos constituyen una estrategia eficaz para llegar a un público más amplio de manera más efectiva. Este contenido más favorable para compartir facilitaría la difusión de mensajes religiosos, valores y principios cristianos entre la población cubana, incluso en condiciones de baja velocidad de Internet.

A continuación, se describe el análisis temático y de forma realizado a la muestra de audiovisuales recuperados (ver Tabla 2).

Tabla 2. Estrategias de búsqueda y recuperación de información

Título del audiovisual	Institución productora	Duración	Temática que representa
Jornada Diocesana de La Juventud en La Arquidiócesis de La Habana	Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana	00:00:27	Juventud cubana católica Promoción de valores cristianos tales como la responsabilidad y el compañerismo
Reto viral. Abrazo de esperanza	Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana	00:00:38	Juventud cubana católica Promoción de valores cristianos como la fe
La fe en tiempos de Covid-19. Testimonio de una familia de la Diócesis de Pinar del Río. Cuba	Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana	00:00:59	Promoción de valores cristianos como la fe, la esperanza Promoción de salud
No somos mongos. Día Mundial del Síndrome de Down.	Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana	00:01:46	Promoción de valores cristianos como el respeto, el amor, la caridad
La Mayor locura de tú vida?	Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana	00:01:52	Juventud cubana católica Promoción de valores cristianos como el amor, la fe
SSJ, Una vida hecha trabajo y oración	Estudio Vandor	00:01:49	Promoción de valores cristianos como el respeto, la pureza, la fe, la caridad Atención a la tercera edad

Nota. Elaboración propia.

Los audiovisuales producidos por el Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana y Estudio Vandor tienen como temática principal la promoción de valores cristianos entre la juventud cubana católica y la sociedad en general. Estos valores incluyen la fe, la esperanza, el respeto, el amor, la caridad, la responsabilidad, el compañerismo, la pureza, y la atención a la tercera edad. También se abordan temas relacionados con la salud y la participación en eventos religiosos y sociales.

Se identifica que estos audiovisuales poseen una duración aceptable para comunicaciones audiovisuales de bien público, sin embargo, presentan deficiencias significativas en términos de forma y contenido que los alejan de cumplir plenamente con los requisitos típicos del spot como género principal. Uno de los aspectos más notables es la falta de síntesis visual en la totalidad de la muestra analizada.

En un spot de bien público, se espera que la información clave se transmita de manera concisa y efectiva a través de imágenes visuales que refuercen el mensaje principal. Sin embargo, en estos audiovisuales, a menudo se recurre a una narración extensa o diálogos prolongados en lugar de utilizar imágenes impactantes y directas. Esto resulta en una falta de eficacia en la comunicación del mensaje, ya que la atención del espectador puede dispersarse antes de transmitir la información esencial.

Un ejemplo de la deficiencia mencionada se constata en el audiovisual Jornada Diocesana de La Juventud en La Arquidiócesis de La Habana. (ver Figura 1). Se determina un plano conjunto en el que figura un personaje central que emite el mensaje del audiovisual, en cambio se sitúa otro personaje que distrae la atención de los espectadores al mover un instrumento de carga. La privilegiada ubicación del personaje secundario en el encuadre del plano desvirtúa la movilización que remite el mensaje del audiovisual.

Figura. 1. Escena del audiovisual Jornada Diocesana de La Juventud en La Arquidiócesis de La Habana.



Nota. Fuente: Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana (2020).

Los spots de bien público suelen abordar cuestiones de interés general y/o local, como la concienciación sobre temas sociales, ambientales o de salud pública, con el propósito de beneficiar a la sociedad en su conjunto. En contraste, los audiovisuales mencionados están más orientados hacia la promoción de eventos y actividades específicas dentro del ámbito religioso (ver Figura 2). Aunque pueden tener un valor significativo para su audiencia objetivo, no se centran en la promoción de cuestiones de bien público en el sentido tradicional.

Figura. 2. Escena del audiovisual Reto Viral. Abrazo de esperanza.



Nota. Fuente: Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana (2020).

En el caso del audiovisual *La fe en tiempos de Covid-19. Testimonio de una familia de la Diócesis de Pinar del Río. Cuba* (ver Figura 3), se constata un discurso coherente entre los valores cristianos y la situación epidemiológica del país (pandemia del COVID 19). La contextualización lograda facilita que los espectadores puedan comprender cómo los valores cristianos pueden ser una fuente de apoyo y fortaleza en momentos de crisis.

Del mismo modo, en el audiovisual *Reto viral. Abrazo de esperanza*, se aborda la promoción de valores cristianos como la fe en el contexto de la pandemia (ver Figura 2). Esto muestra una sensibilidad hacia las preocupaciones actuales de la sociedad y cómo la fe puede ser una respuesta positiva a esos desafíos.

Figura. 3. Escena del audiovisual *La fe en tiempos de Covid-19. Testimonio de una familia de la Diócesis de Pinar del Río. Cuba.*



Nota. Fuente: Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana (2020).

El título del audiovisual “No somos mongos” (ver Figura 4) reproduce los prejuicios hacia las personas que tienen síndrome de Down. En lugar de promover valores cristianos como se menciona en la descripción del audiovisual, el título refuerza actitudes discriminatorias hacia un grupo de personas que merece ser tratado con dignidad y respeto. El cuidado de la forma y el contenido es esencial en cualquier tipo de comunicación, y en el caso de audiovisuales que tratan temas relacionados con la inclusión, se debe evitar cualquier lenguaje o elementos visuales que legitimen un estigma.

El audiovisual anteriormente mencionado no contiene elementos ofensivos en su contenido. Sin embargo, el tratamiento de su título basado en postulados netamente empíricos ha sesgado el objetivo de comunicación propuesto. En este ejemplo se visualiza la relevancia de poseer conocimientos relativos a la comunicación de bien público para generar un impacto positivo con el mensaje diseñado.

Figura. 4. Escena del audiovisual No somos mongos. Día Mundial del Síndrome de Down.



Nota. Fuente: Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana (2020).

Es relevante destacar que el audiovisual *La Mayor locura de tu vida* (ver Figura 5) presenta una adecuada contextualización a través de la incorporación de metadatos topográficos y onomásticos que enriquecen la experiencia del espectador. Estos elementos contribuyen a situar la narrativa en un contexto específico, en este caso, la Ciudad de La Habana. Esto puede generar un mayor interés ya que muestra cómo la comunidad católica local se involucra y se relaciona con eventos culturales y sociales.

Figura. 5. Escena del audiovisual *La Mayor locura de tú vida*.



Nota. Fuente: Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana (2020).

El audiovisual “SSJ, Una vida hecha trabajo y oración” (ver Figura 6) constituye la producción más lograda del Estudio Vador. Es un tráiler que logra sintetizar el mensaje contenido en el audiovisual que promociona (un documental). Se emplean recursos narrativos que ponderan la atención a los miembros de la comunidad católica de la tercera edad.

Al resaltar la acción social de la Iglesia en este contexto, se logra una percepción positiva de la institución no solo entre los miembros católicos, sino también entre la sociedad en general. Esto demuestra cómo una narrativa cuidadosamente construida puede generar empatía y comprensión hacia la labor de la Iglesia. Al mismo tiempo, promover valores cristianos como el respeto y la caridad.

Figura. 6. Escena del audiovisual SSJ, Una vida hecha trabajo y oración.



Nota. Fuente: Estudio Vandor (2020).

4. Conclusiones

Al adentrarnos en el contexto sociohistórico de finales del siglo XIX, donde surge el Trabajo Social como profesión y se declaran los principios de la DSI, se constata una relación determinante entre ambas partes. De un lado, el Trabajo Social transversalizado por los valores promovidos por el cristianismo histórico y más loable; de otro, una Iglesia que busca reposicionarse en el espacio público a través de acciones de transformación social. En resumen, ambos ponen en su centro de acción al ser humano en función de su promoción y mejoramiento social.

La secularización de los valores universales en los Estados modernos y desterrar a las religiones a la esfera privada, trajo consigo que el Estado junto a sus instituciones asumieran parte de las acciones sociales que se realizaban motivadas por la caridad y la filantropía desde la Iglesia. La creación de políticas públicas junto a la institucionalización y profesionalización del Trabajo Social constituyen ejemplos concretos de esto. Los límites impuestos a las instituciones religiosas desde los procesos de laicización establecieron los espacios exclusivos de actuación de la Iglesia. Su exclusión generó pronunciamientos radicales respaldados en los documentos de la DSI y la transformación de su trabajo meramente asistencial a la promoción integral de la persona.

Para la realización de una acción social mejor sistematizada por parte de la Iglesia católica en Cuba, las demandas se establecen en cinco dimensiones fundamentalmente: autonomía estructural y organizativa, autonomía económica, educación, sanidad y asistencial y, por último, comunicacional (Tauran, 1999). Los obstáculos en las autorizaciones por parte del gobierno cubano para que la Iglesia católica pueda gestionar y administrar establecimientos de salud y obras sociales, junto a la posibilidad de reproducir, importar, difundir publicaciones en los medios de comunicación oficiales que den razón de ello sigue siendo un impedimento para un efectivo desarrollo del trabajo social por parte de la institución religiosa.

La comunicación de bien público se ha convertido en una vía alternativa para el anuncio tradicional del mensaje religioso. Las instituciones religiosas paulatinamente se han ido especializando en la creación de sus propios productos donde se divulgan los valores que promueven. Aunque la comunicación de bien público no se realiza de manera consciente por varios de los canales que transmiten el mensaje de la Iglesia católica en Cuba es un terreno que está siendo apropiado cada vez más desde los escasos recursos técnicos que tienen o que pueden acceder. Difundir y concientizar sobre la promoción de los valores a partir de productos audiovisuales permite a las instituciones religiosas mantenerse presentes en una esfera pública que las legitiman.

5. Referencias bibliográficas

- Beuchot, M. (2022). La semiótica y la hermenéutica frente al símbolo, desde la analogía: la necesidad de una hermenéutica analógica para el pensamiento simbólico. *Revista Wirapuru*, 6(3), 1-9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7425430>
- Calderón, R. (2007). *Cuba, hoy y mañana*. Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana.
- Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana. (30 agosto de 2020). *La mayor locura de tu vida?* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=BbA01MYYSok>

- Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana. (13 de abril de 2020). *La fe en tiempos de Covid-19. Testimonio de una familia de la Diócesis de Pinar del Río. Cuba*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=s6J1sBJIIM>
- Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana. (27 de abril de 2020). *Reto Viral. Abrazo de esperanza*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=fgeN1dnwKR4>
- Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana. (21 de marzo de 2021). *Jornada Diocesana de La Juventud en La Arquidiócesis de La Habana. Invitación*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=R8t5m07mZ3s>
- Canal de la Pastoral Juvenil de la Habana. (13 de marzo de 2020). *No somos mongos. Día Mundial del Síndrome de Down. Testimonios*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=kOf2jgULtek>
- Carrillo, N. (2002). *Participación del trabajador social en la pastoral social de la iglesia católica*. Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Castellanos, C. (2020). *La participación de la Iglesia católica en la esfera pública en Cuba. Redimensión e impacto a raíz de la visita del Papa Juan Pablo II*. Universidad Iberoamericana.
- Escobar, R. (2012). La Doctrina Social de la Iglesia: fuentes y principios de los derechos humanos. *Prolegómenos. Derechos y Valores*, 15(30), 99-117. <https://www.redalyc.org/pdf/876/87625443006.pdf>
- Estudio Vandor. (5 de octubre de 2020). *SSJ, Una vida hecha trabajo y oración*. [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=bfuG01qLIFw>
- Forni, P. y De Grande, P. (2019). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. *Revista Mexicana de Sociología*, 82(1). <http://dx.doi.org/10.22201/iis.01882503p.2020.1.58064>
- García, F. y Aguilar, D. (2022). Las TIC como estrategia de inclusión social Análisis de un itinerario de segunda oportunidad educativa. *Innoeduca: international journal of technology and educational innovation*, 8(1), 121-134. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2022.v8i1.11467>
- Gardner, H. y Davis, K. (2018). *La generación APP. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Ediciones Paidós.
- Garrido, M. y Collantes, A. (2022). El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en la educación. La importancia de la formación, la información y la sensibilización. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 21(2022), 155-182. <https://doi.org/10.51302/tce.2022.660>
- Hernández, E. y Paz, L. (2021). El spot de bien público: aproximación teórica y conceptual. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146(2021), 183-198. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i146.4386>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --). McGraw-Hill.
- Juan XXIII. (1961). *Carta Encíclica Mater Et Magistra sobre el reciente desarrollo de la cuestión social a la luz de la Doctrina Cristiana*. https://www.vatican.va/content/john-xxiii/es/encyclicals/documents/hf_j-xxiii_enc_15051961_mater.html
- Juan Pablo II. (1981). *Carta Encíclica Laborem Exercens*. https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_14091981_laborem-exercens.html
- Keith-Lucas, A. (1985). *Así que te quieres hacer trabajador social: Manual elemental para el estudiante cristiano*. Asociación Norteamericana de Cristianos en el Trabajo Social St. Davids. https://www.baylor.edu/social_work/doc.php/283982.pdf
- León XIII. (1891). *Carta Encíclica Rerum Novarum sobre la situación de los obreros*. https://www.vatican.va/content/leo-xiii/es/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_15051891_rerum-novarum.html
- Lima, B. (1983). *Contribución a la epistemología del trabajo social*. Editorial Hvmanitas.
- Mosquera, Y. (2022). El desafío decolonial del trabajo social. *Revista Trabajo Social*, 2(2022), 33-34. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/revistraso/article/view/352240>
- Paz, L., Hernández, E. y Leiva, A. (2020). Concepción, etapas y modelo del ciclo de vida de la información audiovisual. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 31(1), 1-11. <https://doi.org/10.5209/cdmu.68514>
- Riveiro, L. (2010). *Los intereses mancomunados del catolicismo y el trabajo social, en los orígenes de la profesión*. Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/2105/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Rodríguez, F. (2014). *La señal que nos une. Propuesta de parrilla de programación para el telecentro de Caibarién*. Universidad Central «Marta Abreu» de Las Villas.
- Tauran, J. (1999). Relaciones Iglesia – Estado en la sociedad moderna. Exhortación Apostólica Ecclesia in América. *Vital*.
- Vergara, J., de Buen, C., Concha, M. y Auping, J. (1992). *Cien años de doctrina social*. Universidad Iberoamericana.

