

**“VISIÓN Y MISIÓN DEL COMUNICADOR CRISTIANO DEL
NUEVO MILENIO”**
en el contexto actual de las comunicaciones sociales

Elementos del discurso
S.E.R. Mons. Pierfranco Pastore, Secretario del P.C.C.S.,
con motivo de los 35 años
de la Comisión Nacional de M.C.S. (CONAMCOS), Perú.
Lima, 24 marzo 2000

El Episcopado Peruano se cuenta entre los más sensibles del continente hacia el campo de las comunicaciones sociales. No ha temido emprender con decisión, en cada momento, las iniciativas que la técnica ofrecía para la difusión del Evangelio: la prensa escrita, la radio, la producción de video y de spots televisivos y ahora el instrumento informático.

Creo que no puede extrañarnos. La Iglesia en el Perú tiene una Historia marcada por el ímpetu misionero y la tensión hacia la santidad. Su Patrona es nada menos que Nuestra Señora de la Evangelización; los misioneros que aquí llegaron no retrocedieron ante las inmensas distancias, ni ante los peligros y la diversidad de territorios, e hicieron llegar la Palabra de Dios desde la Amazonía hasta las cumbres andinas.

Es asombroso pensar en los cuatro grandes santos que vivieron en Lima durante la segunda mitad del siglo diez y seis: Santo Toribio de Mogrovejo, Santa Rosa, San Francisco Solano y San Martín de Porres. Los cuatro fueron grandes comunicadores e incansables misioneros, cada uno a su estilo: el Santo Arzobispo como valiente viajero y animador de la fe; Rosa de Lima como gran contemplativa, San Francisco Solano con su humilde cercanía a los indígenas, y el popular San Martín con el incansable ejercicio de la caridad. Los cuatro son modelos para los comunicadores de hoy, pero muy en particular inspiran y acompañan a los católicos peruanos, directos herederos de tan inmensa riqueza humana y eclesial.

Los primeros esfuerzos

La sensibilidad de los Obispos peruanos hacia los Medios se evidenció en la existencia, ya en los años sesenta, del Centro de Orientación Cinematográfica, así como en la creación de la Comisión de Comunicación Social, respuesta inmediata y urgente al llamado que lanzara el Decreto Inter Mirifica, del Concilio Vaticano II. La confluencia de esfuerzos con el DECOS-CELAM y con las Organizaciones católicas de comunicación social se vio favorecida por la figura del recordado Excmo. Monseñor Luciano Metzinger. Él contribuyó no sólo a fundar e impulsar el trabajo de CONAMCOS, sino que supo animar un movimiento continental. Fueron momentos no fáciles, pero con la ayuda de Dios se ha decantado una praxis de utilización de los medios de comunicación social grupales y masivos al servicio de la evangelización, y una sintonía eficaz entre las gentes del mundo de la comunicación social y los pastores del pueblo de Dios.

Volviendo a Perú, la eficacia de todo ello pudo ver algunos importantes frutos en iniciativas como la creación de SONOVISO para la producción audiovisual, los premios periodísticos o la Red

radiofónica Arco Iris, de gran efectividad para el enlace e integración de los pueblos del Perú, en particular durante situaciones difíciles como catástrofes naturales o ataques terroristas.

Como ha sucedido también en otros países, las obras de comunicación social se vieron impulsadas y enriquecidas con ocasión de las visitas del Santo Padre, para que su mensaje llegara a todos los rincones del país y desde Perú también al resto de la Iglesia. (Deseo recordar aquí que tuve la alegría de acompañar a Su Santidad durante su visita a Perú en el año ochenta y cinco). Para de que el intercambio de mensajes fuera más estable, el Episcopado peruano asumió desde los inicios de esta década el desafío de emprender, con enorme efectividad, la extensión de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL) en las diversas jurisdicciones eclesiales del país. Quiero agradecer especialmente aquí el valor y la fe de los Obispos, así como los desvelos del personal laico que ha desarrollado este proyecto en forma ejemplar, y también el apoyo de CONAMCOS a la difusión de la RIIAL.

Desafíos de los comunicadores cristianos para el siglo XXI

Me pidieron que indicara aquí algunas de las virtudes que requerirán los comunicadores en este siglo que comienza. Lo haré brevemente, haciendo notar que son sólo algunas de las más referidas al momento actual, y subrayando con satisfacción que CONAMCOS ha demostrado a lo largo de su historia que tales virtudes no le son ajenas.

Comprender que estamos ya viviendo en otra cultura.

A la mayoría de nosotros hoy nos ha pasado algo similar a lo que vivieron los europeos que, en los últimos años del siglo quince, continuaban su ritmo de vida inconscientes de que se había descubierto otro Continente y que el mundo ya había cambiado en forma radical. Estaban en otra época, compartían el planeta con otras personas, y no lo sabían. Pues bien, decía que a nosotros nos ha pasado algo similar. Durante muchos años las cosas a nuestro alrededor permanecieron aparentemente estables. Cuando empezaron a transformarse a velocidades de vértigo, no sabíamos exactamente por qué ni hacia dónde. Estamos presenciando el nacimiento de una fase histórica nueva, con una cultura distinta a la que hasta ahora ha predominado. El Papa Juan Pablo II señala que *“No basta, pues, usar los medios para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene **integrar el mensaje mismo en esta «nueva cultura» creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que de los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos***

psicológicos". ("Redemptoris Missio" N° 37). Comprender que estamos ya viviendo en otra cultura ayudará a establecer con más acierto un diálogo entre la Iglesia y el mundo.

Trabajar en equipo, formar redes.

La capacidad de formar equipos de personas que colaboren entre sí para lograr una meta común, ha mostrado siempre ser muy fructuosa. Pero yo diría que hoy se trata de un método irrenunciable. La configuración de nuestro mundo ya no admite las figuras solitarias que brillan y se extinguen en un fulgurante aislamiento. La complejidad de la sociedad actual requiere una visión interdisciplinar. El uso de los medios de comunicación social exige unidad de pensamiento y de esfuerzo en el respeto por la pluralidad de carismas que la Iglesia posee. Nadie puede permitirse el lujo de rechazar la aportación de los otros sin correr el riesgo de ser más pobre. La colaboración de todos en este campo es, si cabe, más necesaria y más urgente que nunca. Los cuadros dirigentes que la Iglesia intenta formar para la comunicación social deberán ser capaces de incorporar con plena responsabilidad al pueblo de Dios, sobre todo a los creyentes profesionales que están especialmente vocacionados para el testimonio de su fe a través de la gestión y difusión en los Medios. Al formar una red, siendo cada uno quien es, se hace capaz de escuchar a los demás, compartir sus hallazgos y sentarse a la mesa de un banquete donde todos dan y reciben, aceptada la invitación del "Presidente del Agape". Suscitar redes implica a la vez paciencia y humildad por parte de todos. Así los frutos son mayores y más permanentes, pues se ve que no sólo el mensaje es el de Cristo, sino también lo es el modo como se expresa, y es vivido en unidad por las personas que lo proclaman.

Servir a la vocación misionera de toda la Iglesia.

Uno de los más importantes cometidos de las Comisiones de Comunicación Social, es no sólo desarrollar sus propias iniciativas, sino también contribuir a una mayor difusión de lo que otras Comisiones realizan. En definitiva, poner todas sus habilidades en materia de comunicación al servicio de la vocación misionera de toda la Iglesia. No en vano el Papa Juan Pablo II enmarca el trabajo eclesial en los Medios de Comunicación Social como un campo irrenunciable en el cual proclamar el Evangelio. Se requiere no menos valor y no menos santidad en este campo, que para realizar todas las demás formas de misión que la Iglesia desarrolla. "*Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Las nuevas generaciones, sobre todo, crecen en un mundo condicionado por estos medios..*" (Redemptoris missio, N° 37).

Servir a los más desprovistos.

No podemos desviar la vista de las hondas divisiones de nuestras sociedades, que dejan fuera del convite de la vida digna a innumerables personas. La comunicación social puede prestar un gran servicio a los excluidos evidenciando sus necesidades, abriendo cauces de solidaridad, haciendo accesible a ellos la riqueza de la información y la posibilidad de ser escuchados. En este sentido los comunicadores latinoamericanos han tenido siempre una afinada sensibilidad de gran valor. Conviene, pues, perseverar en este camino, evitando las tentaciones maniqueas que atribuyen todo el bien a una clase social o a una etnia y todo el mal a otra. La vida real es siempre mucho más compleja, por lo cual prejuicios y simplificaciones no pueden tener cabida en los mensajes de los seguidores de Jesús, que dio la vida “en rescate por todos” (Mc 10, 45). En un mundo cada vez más marcado por la llamada “globalización” –con su alto riesgo de multiplicar el número de los marginados-, la Iglesia ofrece el testimonio de una *eclesiología de comunión*, en que todos son invitados a compartir el banquete. Esta es una hermosa faceta de la vida eclesial que el Concilio Vaticano II hizo presente con tanto acierto, responde providencialmente bien a esa nueva cultura.

Dar a la tecnología su justo valor.

Hoy la Iglesia ya no es una aprendiz en el uso de los medios de comunicación social; su camino le ha hecho perfeccionar progresivamente su presencia en ellos. Pero la cultura de nuestros días está marcada por el protagonismo de la tecnología: no han desaparecido los libros, la prensa, la radio o el cine, y sí se han ido añadiendo a ellos la televisión, los teléfonos celulares, las redes informáticas y los satélites, todos con el "común denominador" del soporte digital que les permite interactuar entre sí. La Iglesia está en estos momentos desarrollando, a través de la RIIAL, una acertada “cultura de uso” de tan novedosas herramientas técnicas, sin dejarse “encantar” por ellas, sino utilizándolas con acierto, seleccionando sólo aquello que responde a unas verdaderas necesidades pastorales. El comunicador católico sabe que las herramientas tecnológicas no son una finalidad sino un gran auxiliar, son medios. No desprecia ni teme a la tecnología; la conoce, y elige la adecuada sin tampoco dejarse arrastrar por la fascinación de lo nuevo en una posible sofisticación innecesaria.

Gestionar la economía.

Toda obra compleja presupone una actividad organizativa importante. Para emprender grandes obras de comunicación es necesario tener valor, pero también prudencia y cautela, pues la Iglesia no realiza sus tareas al modo de este mundo sino de una manera nueva, creativa, humilde y grande a la vez. Además, es comprometido para la Iglesia acometer iniciativas que tengan como principal

horizonte el lucro; en todo caso debe orientarse por el bien de las personas –especialmente de los más necesitados- y trabajar para la construcción del Reino de Dios. Por fortuna se ha dispuesto de un laicado que ha contribuido a asumir este tipo de proyectos eclesiales evitando los riesgos que comporta una gestión para la que, muchas veces, la estructura pastoral no estaba preparada. Es esperanzador ver que hoy muchos cursos formativos para comunicadores incluyen el aspecto administrativo y empresarial. Pueden servir como ejemplo numerosos grandes santos en la historia de la Iglesia que han creado obras de amplias miras, siempre confiados en la Providencia de Dios, y siempre con el norte del bien concreto de las personas y comunidades que deben beneficiarse de tales obras. Ese bien, como cita Aetatis Novae (n. 7), “comprende la dimensión cultural, trascendente y religiosa del hombre y de la sociedad”.

Conclusión

Doy por supuestas la alta calidad profesional y el honrado servicio a la verdad que deben marcar a todo comunicador y en particular al comunicador creyente, características sobre las cuales hemos insistido desde hace años (Cfr. Aetatis Novae, 2). Son cosas en las que conviene siempre perseverar, ampliando a la vez nuestra visión hacia los desafíos específicos de cada momento histórico. Desearía hacer notar también que el perfil que he intentado describir puede ser vivido no sólo en las iniciativas de comunicación eclesiales, sino también cuando los profesionales católicos colaboran en medios comerciales. Los valores del Evangelio, siendo de origen divino, en Cristo son a la vez profundamente humanos.

Antes de terminar desearía encomendar todas estas intenciones a Nuestra Señora de la Evangelización, protectora de los peruanos y estrella de esta nueva etapa que la Iglesia emprende confiando en su poderosa intercesión.

Agradezco mucho su atención y reitero mis felicitaciones a CONAMCOS en esta fecha tan entrañable para ustedes. Que el Señor premie su labor y la haga fructificar para el bien de esta querida nación. Muchas gracias.