

La Pastoral de la comunicación mediática: su futuro, sus desafíos y sus imperativos

Autor: Pbro. Francisco Merlos

COMISIÓN EPISCOPAL PARA LA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN

LA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA:
SU FUTURO, SUS DESAFÍOS Y SUS IMPERATIVOS

Introducción

* Estas reflexiones solo pretenden ser una modesta contribución para reforzar sus procesos y sus búsquedas pastorales de cara a la comunicación mediática. De igual modo buscan consolidar sus proyectos y profundizar sus convicciones.

* Ellas nacen simultáneamente de diversas fuentes: del mismo fenómeno sociocultural de los medios con los profundos cambios e impactos que conllevan; de las ciencias analíticas de la realidad, unidas a las vinculadas al mundo de la comunicación y a las ciencias teológicas que explora en ese campo; de las numerosas experiencias de los expertos en comunicación tanto pensadores como técnicos; de las reiteradas orientaciones del magisterio de la Iglesia¹; y de la sensibilidad de muchos pastores que ven en el universo de los medios muchos retos, posibilidades y esperanzas para el anuncio del Evangelio.

I. Breves acercamientos al contexto sociocultural y eclesial de los medios.

1. La comunicación humana y sus lenguajes son fenómenos tan antiguos como la humanidad y tan recientes como el periódico de esta mañana. Sin embargo hoy han adquirido una primacía casi absoluta. Prácticamente no existe tema, aspecto, situación, acontecimiento, problema que no pase por su tribunal y su dictamen. Hemos pasado de la comunicación por señales con humo y con tambores a la comunicación cibernética, digitalizada, satelital y globalizada.

-Hay una filosofía en boga: quien tiene el poder de la comunicación tiene los demás poderes. El más persuasivo, el que más impacta y fascina es el verdadero señor del mundo actual.

-El mercado se ha transformado profundamente, de tal forma que la comunicación y la informática son los artículos de consumo más cotizados. Lo que más cuesta hoy es la información.

-Finalmente los impactos culturales de los medios han generado un conjunto de nuevos escenarios culturales que deben analizarse con sumo cuidado.

En nuestros días la comunicación, el lenguaje y los medios tecnológicos comunicacionales, tienen un lugar tan privilegiado en la actividad humana que todos es sometido a su veredicto. Sus impactos son innegables. La cultura moderna ha hecho de la comunicación y de sus medios una especie de religión a la que todo lo sacrifica.

2. Por otra parte tampoco puede olvidarse el extraordinario auge de las ciencias modernas de la comunicación y del lenguaje: la filología, la semántica, la semiótica, la hermenéutica, la lingüística, la filosofía del lenguaje, la antropología del lenguaje, la psicología de la comunicación interpersonal y de la comunicación social, la simbólica, la comunicología, la neurolingüística, la etnolingüística, la cibernética... Ello nos habla de la trascendencia que se le otorga a este fenómeno en la convivencia humana contemporánea.

3. Hoy existen los modernos magos de la comunicación y del lenguaje, cuya influencia e impacto se deja sentir con fuerza en las mentalidades y comportamientos humanos: publicistas, telecomunicadores, periodistas, radio-comunicadores, cineastas, fotógrafos, reporteros, expertos en artes gráficas, manipuladores de satélites, cibernautas, agencias de noticias. Todos ellos anuncian "evangelios seculares" que compiten y a menudo desplazan a la Buena Nueva que la Iglesia propone. La globalización tienen en ellos a sus mejores aliados. Ante el enorme potencial comunicador de nuestro mundo y sus poderosos medios tecnológicos a menudo la comunidad cristiana y sus pastores experimentan un sentimiento de perplejidad y de impotencia.

4. Unido a lo anterior están los violentos procesos culturales, generadores de lenguajes nuevos, formas de

comunicación popular y simbologías que hacen del pueblo el verdadero sujeto social de la comunicación humana. Aunque también lo conviertan en víctima indefensa de los mismos. En efecto, junto a las formas más tradicionales de la comunicación y del lenguaje coexisten las más modernas y sofisticadas; junto a las expresiones más personalizadoras de la comunicación están las formas más deshumanizantes. Lo cual hace más complejo y desafiante nuestro quehacer de comunicadores del Evangelio en el mundo de los medios y a través de ellos.

5. La comunidad cristiana, por su parte, tiene la íntima convicción de que su misión está fundada en un mandato misionero y en un mensaje que debe proclamar a través de un Ministerio eclesial que llamamos la Pastoral.²

* Pero la Pastoral, cualquiera que sea la idea que tengamos de ella, antes de ser un problema de mensaje es un problema de comunicación y de lenguaje. Un punto neurálgico en la praxis pastoral es el problema del lenguaje para el diálogo de la Iglesia con el mundo y del Evangelio con las culturas. Gran parte de los problemas pastorales son problemas de comunicación y de lenguaje, antes que de contenidos, de métodos o de organización... A menudo se habla a auditorios que ya no existen, en lenguajes que pocos entienden para responder a preguntas que nadie se hace.

* Por otro lado al interior de la Iglesia todos los anunciadores del Evangelio sufrimos porque:

- a) nuestro lenguaje no es de los más fascinantes ni persuasivos ni actuales;
- b) hay aún poca formación y escasa sensibilidad hacia el oficio de la comunicación como exigencia fundamental del Pastoreo, a pesar de que la Iglesia en su conjunto y los pastores en particular son comunicadores públicos, como Jesús, los profetas, los apóstoles;
- c) se desconocen las más elementales leyes de la comunicación humana, sus procesos, sus lenguajes, dando la impresión de que entre Iglesia y cultura hay un abismo infranqueable y un diálogo de sordos;
- d) hay poca familiaridad y pericia en el uso de los modernos medios de comunicación;
- e) No se cuentan con los recursos económicos para invertir en una tarea que no se puede hacer con limosnas;
- f) Los documentos sobre comunicación son abundantes, pero no parece que se hayan reflejado demasiado en la práctica de la comunicación en la Iglesia, así como en el papel central que ella juega en cuanto componente esencial de la acción pastoral y misionera.

Conclusión: desde afuera y desde adentro el mundo mediático plantea a la Iglesia una serie de interrogantes incómodas que no se pueden eludir.

II. Desafíos.

a) La semiótica es una ciencia reciente que nos lleva al conocimiento de la realidad sociocultural a través de los signos y símbolos en ella contenidos. Cada época y cada generación tiene sus propios signos para expresar su problemática, sus expectativas y sus proyectos (pensar por ejemplo en expresiones como democracia, globalización, pluralismo, derechos humanos, cultura, ecología, desafío...). Existe incluso un método de análisis de la realidad a partir de la semiótica.

b) El lenguaje contemporáneo usa frecuentemente el término desafío para designar las exigencias ineludibles que brotan de un determinado contexto histórico. En todos los ámbitos de la existencia humana la palabra desafío significa la voluntad sostenida de ser protagonistas de la historia, enfrentándola con lucidez, sabiduría y capacidad de decisión.

c) Lo que entendemos por desafío: toda realidad, situación o acontecimiento que, por tener una fuerte carga de provocación y de cuestionamiento, afecta los centros vitales del individuo y de la comunidad. Ello les va a exigir que pongan en juego sus mejores talentos y recursos para dar respuestas inaplazables, revisar actitudes y reformular proyectos. En el desafío a menudo están involucradas las identidades y aún el sentido más profundo de la existencia.

d) El desafío tiene sus causas. Nace cuando hay envejecimiento o decadencia, cuando se da un desfase entre el comportamiento con el momento histórico, cuando existe inadaptación del individuo a su entorno, cuando aparecen el desencanto, la frustración, el estancamiento, el aburrimiento y la sensación de inutilidad; cuando hay un desplome de seguridades; en fin, cuando está amenazado el sentido más hondo de la vida, entonces surge el desafío como una fuerza que sacude y no se puede eludir. Y con él frecuentemente viene la crisis, que no es otra cosa que una situación donde se rompen la estabilidad y el equilibrio, obligando a pensar de otro modo, ubicarse de otro modo y a actuar de otro modo, si se desea sobrevivir.

e) Pero hay más. La existencia humana no es únicamente espacio de desafíos. Ella es el desafío supremo de todo ser humano. Es la gran provocación y el gran reto al que se debe responder incesantemente para encontrar sentido y plenitud como condición de realización humana. Por eso el desafío es inherente a la existencia humana. Ella es desafío y todo en ella es desafiante.

f) Principales desafíos emanados de la presencia irreversible de los medios.

- * Estructurales: complicidad perversa de los medios con el status, con el sistema en turno, con la ideología de moda y con los poderes establecidos a los que hay que doblegarse.
- * Profesionales: la alta sofisticación del mundo mediático, la especialización de sus distintos sectores (técnicos, guionistas, comunicadores, publicistas, etc.) y la actualización continua en función de la competitividad y de la oferta y la demanda.
- * Económicos: son macroempresas productivas, vinculadas a menudo al capital transnacional, que funcionan con criterios puramente pragmáticos, productivos, consumistas y mercadotécnicos.
- * Eticos: la ética humanizadora no suele ser su prioridad; es el rating⁴ la suprema ética que los rige; por lo mismo los valores éticos se venden, se negocian, se cambian, se deforman o se prostituyen con tal de que no baje la audiencia.
- * Socioculturales: Surgen nuevos escenarios, paradigmas y modelos de relación y de comportamiento que contrastan con los que se vivieron en sociedades pretécnicas. Por obra de los medios, vivimos en un contexto social y cultural marcado por unas características específicas que dan un perfil a nuestra sociedad y nos afectan a todos por igual: La transición +la pluralidad + el debate + la contradicción + el relativismo + el conflicto de grupos e instituciones combativas + el desencanto + el esfuerzo + los anhelos de participación.
- * Educativos: Se refieren a un modelo de sociedad que proponen los medios como clave de bienestar, de prosperidad, de felicidad y de autorrealización. ¿Qué hacer para propiciar un modelo de sociedad donde las personas encuentren las mejores oportunidades para su identidad, su desarrollo, crecimiento y realización?
- * Pastorales: El Evangelio, las propuestas de la Iglesia, los lenguajes y los medios que ella utiliza, su postura ante el mundo mediático, la conducen a vivir en una gran perplejidad y aturdimiento, cuando no en la impotencia y el desamparo. ¿Qué hacer ante Goliat con una honda y unas cuantas piedras tomadas del arroyo?

III. Principios antropológico-teológicos reguladores de una Pastoral de la comunicación mediática.

1. La persona, como valor superior de la creación y de la Revelación. La Pastoral de los medios es un problema antropológico, es decir, de visión de la persona humana y del modelo de hombre y de mujer que se quiere edificar en nombre del Evangelio.⁵
2. Los misterios centrales del Cristianismo tienen que ver con la comunicación. Son realidades que nacen de la libertad, de la alteridad, de la reciprocidad y de la comunión de los interlocutores. La Revelación, la vida teologal, la Trinidad de Dios, la Encarnación, la Pascua y Pentecostés en cuanto constitutivos esenciales de la experiencia cristiana no son entendibles ni realizables sino como procesos comunicacionales.⁶
3. La Pastoral de los medios no puede perder de vista los principios rectores emanados del Evangelio, con todo lo que ello implica de utopía. Si aceptamos la Buena Nueva de Jesús como un proyecto de vida fundado en un núcleo de valores sustanciales, ellos no pueden ser otros que la justicia, la verdad, la libertad, la solidaridad, la fraternidad.
4. Los medios como problema cultural. Si es verdad que la cultura es la forma original, irrepetible e intransferible de ser y de existir que tiene un individuo o un pueblo, es claro que los procesos comunicacionales desde siempre han jugado un papel determinante. Se diría que la cultura tiene en dichos procesos su columna vertebral. La cultura en su conjunto es el lenguaje total de un pueblo, pero también está constituida por múltiples lenguajes. Sin embargo hoy, el poder penetrador de las modernas tecnologías mediáticas incide tanto en los centros vitales más profundos que nada queda fuera de su alcance⁷.
5. La Iglesia pueblo de la Palabra. La comunidad creyente tiene su principio fundante más radical en la Palabra reveladora que le da su ser histórico. La Iglesia brota de la Palabra, existe por ella, se nutre de ella, está suspendida de ella, vive para ella. Todo lo que signifique algo en la comunidad cristiana es porque está vinculado a la Palabra. Antes de ser pueblo de ritos, de fiestas, de sacrificios, es pueblo de la Palabra. La Palabra y el Espíritu hacen de la Iglesia un don comunicado, don comunicante y don comunicable. Por eso es profética por constitución. Por eso también sólo vive para anunciar el Evangelio.
6. En la misma lógica de la comunicación 'la Iglesia debe entablar diálogo con el mundo en el que tienen que vivir. La Iglesia se hace palabra. La Iglesia se hace mensaje. La Iglesia se hace coloquio'.⁸ Existe aquí todo un programa de _____

vida -individual y colectiva- que incluye por lo menos mentalidades, actitudes, relaciones y comportamientos que superen todas las formas de intolerancia, de exclusión, de autoritarismo, de prepotencia, de represión de la opinión pública, de control de las conciencias... ¿Cómo podría llevar la Buena Nueva a los medios una Iglesia que practica en su interior lo que no desea que se practique fuera de ella?.

7. 'La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no utilizara estos poderosos medios que la inteligencia humana perfecciona cada vez más'.⁹ Esta lúcida observación de Pablo VI no deja de seguir poniendo a la Iglesia contra la pared. No cabe duda que allí hay un imperativo categórico al que tiene que encontrarse un cauce operativo para no traicionar el querer de Dios en este signo de los tiempos, que se presenta como un auténtico lugar teológico.

8. Los modernos aerópagos nos intimidan, nos provocan, pero reclaman nuestra presencia y nuestra creatividad comunicacional. Las palestras, los foros y las cátedras electrónicas de nuestro tiempo son espacios generadores incansables de cultura (o contracultura) de masas. Allí se decide gran parte del futuro de la cultura globalizada en la que nos ha tocado vivir.¹⁰

IV. A Modo de conclusión: unas propuestas operativas e incompletas.

* Las llamo propuestas operativas e incompletas. Primero propuestas, porque no son más que indicadores que pueden servir o desecharse; segundo operativas, porque están en el orden de los compromisos que podrían involucrar existencialmente a las personas; tercero incompletas, porque no dejan de ser provisionales y abiertas a la creatividad de cada uno.

* Desde la perspectiva de los medios es importante plantearnos unos cuestionamientos de cada al futuro:

- a) De seguir la situación así ¿a dónde vamos a llegar? (previsible)
- b) Dada la situación actual de los medios ¿a dónde queremos llegar? (deseable).
- c) Considerando nuestras circunstancias ¿a dónde podemos llegar? (posible).
- d) Mirando al Evangelio y a nuestra vocación pastoral ¿a dónde debemos llegar? (exigible).

* La Pastoral como hecho humano y como acción eclesial pide que atendamos a las tres vertientes constitutivas de una Pastoral que pretenda ser creíble, a saber, la Pastoral ha de verse como experiencia de Dios que se traduce en diaconía; ha de asumirse como ciencia teológica que dialoga con las ciencias humanas; debe realizarse como una praxis que se refleja en presencia, relaciones, actitudes, palabras y tareas que edifican a la comunidad cristiana en su ser más profundo.

1. Espiritualidad de la Pastoral ante los medios.¹¹

-Del asombro ante la inagotable creatividad del ser humano.

-De la sabiduría que exige cuestionamiento, discernimiento y opción.

-De la pobreza como actitud que ve en los medios una interpelación para no caer en la tentación de usarlos con intenciones de dominación, de avasallamiento, de prestigio, de poder.

-De la conciencia de lo Absoluto de Dios, frente a la contingencia, la fugacidad y la provisionalidad con que los medios proponen sus mensajes y sus modelos de vida.

-De aceptación de la presencia misteriosa, permanente y transformadora del Reino.

-De la lectura de los signos del tiempo como socialización del Espíritu que 'da ojos para ver y oídos para entender' los designios de Dios en la ambigüedad de la existencia.

-De la coherencia entre la fe y la ética, aunque con ello se tenga que pagar el precio de la impopularidad, asumiendo el 'escándalo de la cruz'.

2. Postura científica de la Pastoral ante los medios.¹²

La postura científico-pastoral en el mundo mediático se articula entorno a unas exigencias que nos permiten tener profundidad y credibilidad.

-Análisis permanente y estudio continuo de la compleja realidad de los medios, auxiliándonos de las ciencias humanas que proporcionan valiosas claves para adquirir una visión crítica de los mismos.

-Actualización del conocimiento de los medios, habida cuenta de la vertiginosa carrera tecnológica a la que están sometidos.

-Profesionalización de la presencia de la Iglesia y de su acción evangelizadora en, con y a los medios, de tal suerte que no dejemos la impresión de que son un mundo donde los creyentes estamos desubicados.

- Formación de una conciencia crítica bien fundada en la lógica humana, en la coherencia y en la argumentación racional, teniendo en cuenta que hoy los argumentos que menos convencen a los contemporáneos son los de autoridad.

3. La praxis pastoral ante los medios.

-Cultivar la osadía (intrepidez, audacia) cristiana como un sagrado imperativo que brota de las entrañas mismas del Evangelio. La subestima no es buena consejera de la Evangelización.

-Aceptar el cuestionamiento y el debate como condiciones indispensables para el diálogo de la fe con la cultura contemporánea y para la búsqueda solidaria de la verdad.

-Propiciar la cultura de la interlocución, creando interlocutores en todos los niveles, de tal forma que no se conformen con ser objetos de la comunicación sino que pasen a ser objetos.

-Fomentar la convicción eclesial de que invertir económicamente en los medios es al menos tan urgente como construir templos, comprar campanas para la torre, revestir de mármol un altar o gastar una fortuna en los juegos pirotécnicos de una fiesta patronal, (¿ o quizá comprar una custodia monumental para un Congreso?.

-Aprovechar los espacios que ofrecen a la Iglesia los grandes medios de comunicación, tratando de no querer utilizarlos como si fueran púlpitos parroquiales, cátedras de dogma o cofradías piadosas, sino respetando su naturaleza propia.

-Suscitar carismas y formar profesionales de los medios, considerando que el trabajo pastoral en ellos pide estar a la misma altura de calidad.

- Luchar por mejorar la comunicación al interior de la Iglesia, reconociendo que la búsqueda de la comunión y de la unidad no puede eliminar la pluralidad eclesial, que hoy se concibe como signo de libertad y expresión de originalidad. La represión, la intolerancia y el autoritarismo no parecen ser signos acordes con el Evangelio.