

## **Del Concilio Vaticano II al Papa Francisco: 50 años de comunicación**

Arzobispo Claudio María Celli

Presidente del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales

Hace pocos años, no podíamos imaginar con exactitud el enorme desarrollo tecnológico que se ha producido en el ámbito de la comunicación, y los cambios que ha introducido en nuestra vida; hoy en día cabe preguntarse si las nuevas tecnologías de la comunicación están verdaderamente al servicio del hombre o si se está invirtiendo esta relación.

Deseo compartir una reflexión general que nos lleve a entender el proceso que hemos vivido en las últimas décadas, y cómo la Iglesia ha reaccionado ante las transformaciones de la comunicación.

### **Una mirada atrás**

Al final del año 2013, celebramos el 50º aniversario del Decreto Conciliar "*Inter mirifica*", en el que se otorgaba una especie de "ciudadanía" a los medios de la comunicación, que eran reconocidos como instrumentos importantes para la vida de Iglesia; y se urgía a los pastores a utilizarlos eficientemente.

Sin embargo, en la fase preparatoria del Concilio Vaticano II, la comunicación no fue considerada como un horizonte estratégico para la Iglesia o para el futuro de la humanidad: de las 9.348 propuestas de temas para el trabajo del futuro concilio, sólo 18 hacían referencia a la comunicación. Fue el Papa Juan XXIII quien tuvo la moción de introducir el tema de los medios de comunicación en la agenda conciliar.

Finalmente, se aprobó dicho documento con 1.969 votos a favor y 164 en contra (fue el documento que obtuvo el mayor número de votos en contra). Con todo, podemos afirmar que el nacimiento de ese documento fue providencial, ya que provocó un proceso de asunción de los medios de comunicación social en la vida de la Iglesia.

Este documento conciliar, entre otros, dio dos mandatos claros: instauró la Jornada Mundial de las Comunicaciones y ordenó que se pusiera en marcha inmediatamente la redacción de una instrucción pastoral, que se publicó en 1971 bajo el nombre de *Communio et Progressio*. Es cierto que la relación entre la Iglesia y la comunicación no pasa por la publicación de documentos, pero estas líneas de trabajo nacen de la reflexión y el discernimiento de los signos de los tiempos que teólogos, pastoralistas y comunicadores realizan para proponer un camino y no otro.

De esta manera se inició un proceso de consolidación del interés de la Iglesia por los medios de comunicación, en el que la institución eclesial ya no se limitaba a ser un censor, sino que intentaba motivar a los pastores a interesarse por la comunicación, manteniendo una mentalidad abierta a las oportunidades que los medios ofrecían en el campo de la evangelización.

Por un lado, se mantuvo claro el principio de que el primer medio de evangelización es el testimonio de vida auténticamente cristiana; así, Pablo VI afirmaba en 1975: "Será sobre todo mediante su conducta, mediante su vida, como la Iglesia evangelizará al mundo, es decir, mediante un testimonio vivido de fidelidad a Jesucristo, de pobreza y desapego de los

bienes materiales, de libertad frente a los poderes del mundo, en una palabra, de santidad” (*Evangelii Nuntiandi*, 41).

Por otro lado, fue creciendo el interés por los aspectos técnicos de la comunicación; los sacerdotes y agentes de pastoral en general iniciaron a asumir los medios masivos de comunicación propios de la época de los setenta y ochenta, estimulados también por la célebre frase de Pablo VI: “La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia “pregona sobre los terrados” el mensaje del que es depositaria. En ellos encuentra una versión moderna y eficaz del “púlpito”. Gracias a ellos puede hablar a las masas” (*Evangelii Nuntiandi*, 41).

De esa manera, toda la Iglesia inició a utilizar los instrumentos masivos de comunicación, pero concibiéndolos como altavoces a través de los cuales anunciaba el Evangelio, con el convencimiento de que a mayor cantidad de medios de comunicación, mayor y más eficaz sería la comunicación de la Iglesia; nació también el debate, que dura hasta nuestros días, sobre si es preferible tener medios propios o estar presente en los medios no católicos.

### **Expansión de la web**

Con la expansión y la globalización de Internet en la década de los noventa, el panorama cambió radicalmente y no habrá vuelta atrás. El fenómeno de la globalización en todas las esferas de la vida de las personas nos presentó nuevos desafíos y nuevas oportunidades ante una nueva realidad que no conocíamos hasta entonces. El paradigma de la comunicación en la vida del ser humano se transformó, y se dejó de hablar de medios masivos de comunicación o de instrumentos, para ingresar en un ambiente comunicativo en el que las nuevas tecnologías de comunicación – en constante evolución – han impregnado y condicionado la vida de las personas dentro y fuera de la Iglesia.

Juan Pablo II, al inicio de la década de los noventa, nos señaló que la Iglesia asistía a la “transformación de la cuestión de los instrumentos de comunicación social”, que iniciaban a ser “concebidos como un ambiente que la Iglesia está llamada a habitar y evangelizar” (*Redemptoris Missio* 37).

Lamentablemente, en muchos ámbitos de la Iglesia aún no se ha producido ese cambio de paradigma, y se ha preferido atrincherarse en el viejo esquema de utilizar los medios de comunicación como “altavoces”. Pero, por más que se haya proyectado una pastoral de la comunicación, montado oficinas de prensa o sitios web, si la idea de Iglesia y la idea de comunicación aún pertenecen al pasado, entonces seguiremos realizando una pastoral de conservación que habla un lenguaje muchas veces incomprensible para la sociedad actual.

Sólo una verdadera actitud de apertura hacia la conversión pastoral nos hará valorizar la comunicación como testimonio dialogante y respetuoso, que necesita también de espacios de formación. Un bello itinerario de este proceso eclesial – en el ámbito de las comunicaciones – viene reflejado en los mensajes que los Papas nos han ofrecido en las últimas décadas.

En suma, el problema de la comunicación en la Iglesia no está relacionado en primer lugar con la dotación de equipos técnicos o instrumentos, sino con la receptividad del nuevo contexto comunicativo y sus características de cercanía, celeridad, horizontalidad e interactividad, entre otros.

## **Una nueva era de comunión eclesial**

Me parece que todos coincidimos en que el Papa Francisco es un gran comunicador, pero ¿cómo es posible esto si el Papa Francisco no dedica más que diez minutos a los periódicos o no ve la televisión desde 1990?

Parafraseando al P. Rupnik, teólogo y gran artista contemporáneo, podemos afirmar que nos encontramos en un nuevo cambio de época y frente a un nuevo tiempo. Es decir, que el ciclo de la modernidad como la conocíamos hasta ahora -impulsado por el intelecto y la razón- muestra sus límites; y se abre un ciclo donde la cultura, la vida, el símbolo y la poética recobran importancia. Pensemos en el peso que van tomando los problemas de la ecología y la alimentación frente a la macroeconomía.

El Papa Francisco encarna esta tendencia de la época post-moderna hacia la vida, el redescubrimiento irresistible del hombre libre de abstracciones e intelectualismos. Sus palabras, que nacen de la interpretación de los signos de los tiempos, son tan importantes como sus gestos.

El Papa Francisco encarna la respuesta eficaz al verdadero desafío de la comunicación: no estamos ante un problema de medios o instrumentos, sino de comunión, cercanía y, sobre todo, de testimonio de Dios misericordioso. Y esto no tiene nada que ver con edulcorar el mensaje del Evangelio para hacerlo más cercano a la sociedad; más bien todo lo contrario, porque exige radicalidad en la vivencia cristiana.

Hoy la Iglesia, ante la Comunicación, tiene que ser capaz de recuperar el universo simbólico (Juan Día Bernardo: 2002), en la capacidad creadora de la palabra y el poder evocador de la imagen, que brindan nuevas posibilidades en la regeneración de un lenguaje capaz de proyectar en las culturas unos resortes adecuados para la transformación de sus modos de percepción, personal y comunitaria, de la existencia y de la presencia de lo sagrado.