

COMUNICACIÓN Y PASTORAL

por Roberto Tapia,
VIDEOCOOP, Santiago, Chile

Las grandes empresas se apuran para invertir

Tema que motiva y promueve el desarrollo de la comunicación en el trabajo pastoral de la Iglesia

Siempre ha llamado la atención el tema de la comunicación y es este en muchos países, uno de los temas principales de discusión, inquietud, investigación... e inversión de los últimos años.

En todo el mundo se puede constatar que las grandes empresas se apuran para invertir en el rubro, véase por ej. las actuales fusiones o compras de los grandes canales de televisión, los millones de dolares en la TV por Cable o simplemente la diaria lucha de las compañías de telefono a nivel mundial y la instalación de redes de fibra óptica - Tambien a nivel internacional podemos mencionar el fenómeno Internet, red de comunicación Informatica Mundial que según algunas estimaciones tiene actualmente más de treinta millones de adherentes (tambien el Vaticano) y que aumentan día a día, como aumenta tambien el número de computadores personales (PC's)

Golpe de estado. Que sea este por ej. en Africa o los problemas que afrontan los ex-satelites de Rusia, uno de los primeros e importantes elementos que toman los insurgentes es la radio y la Televisión; el castigo para quienes se rebelan al sistema impuesto es la carcel y la in-comunicación.

¿ Que tiene de especial esta actividad humana, cuales son los procesos que permiten o no desarrollar esta comunicación ?

Tengamos en cuenta que la comunicación es tambien tarea inherente de la Iglesia Católica y que ya en el Concilio Vaticano II se demostró esta preocupación con la publicación del Decreto «Inter Mirifica», seguida de Instrucciones Pastorales relativas al tema como lo son «Communio et Progressio» y la última «Aetatis Novae», siendo el mismo Papa Juan Pablo II quien nos invoca a intensificar la presencia de la Iglesia en el mundo de las Comunicaciones.

Es importante señalar que el Mensaje del Papa Juan Pablo II para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, durante tres años consecutivos se ha referido al tema que motiva y promueve el desarrollo de la comunicación en el trabajo pastoral de la Iglesia; en 1993 en relación al video y su adecuada utilización pastoral, en 1994 a la Televisión y la Familia y en el año 1995 el tema ha sido « El Cine, transmisor de cultura y de valores».

La Iglesia Latinoamericana señalaba desde ya en el Documento de Puebla que « La Evangelización anuncio del Reino es comunicación» y así mismo lo destaca el Documento de Santo Domingo.. «Sabemos que nos encontramos en la nueva cultura de la imagen y que el mensaje Evangélico debe inculturarse en esta cultura y llegar así a hacerla expresiva de Cristo, la máxima comunicación..»

Del mismo Documento de Santo Domingo podemos destacar algunas de las lineas de acción propuestas como «Lineas Pastorales»;

Es así que proponen como algunas de las acciones que la Iglesia debe promover:

- Articular la comunicación masiva con la Comunitaria y grupal
- Hacer el esfuerzo para tener medios propios
- Apoyar a los profesionales católicos de la Comunicación

Configurar planes de educación orientados tanto a la percepción crítica, especialmente en los hogares, como a la capacidad de utilizar activa y

creativamente los Medios y su lenguaje, utilizando los simbolos culturales de nuestro pueblo

-En Seminarios y Casas de Formación Sacerdotal enseñar los lenguajes y técnicas de la Comunicación

- Usar la informática para optimizar nuestros recursos evangelizadores

Estos son algunos de los lineamientos que las organizaciones católicas de comunicación tratan también de entender y aplicar en la medida de sus posibilidades y así se puede ver en las investigaciones y trabajos que desarrollan a nivel mundial.

No es nuestra intención dictar nuevas teorías o cátedras sobre la comunicación pero si quisieramos destacar algunos puntos esenciales del rol juega actualmente y que rol puede jugar la comunicación en nuestra sociedad y en particular en el quehacer pastoral de la Iglesia en su conjunto.

Las aproximaciones son muchas y variadas pero podemos más bien concentrarnos en algunos aspectos principales que son los temas de mayor incidencia, los cuales se podrían resumir de la siguiente manera.

Por una parte se debería profundizar el conocimiento y la práctica del elemento comunicación y su papel en las tareas pastorales y educativas, por otra parte se debe investigar el entorno comunicacional y A/V de la sociedad y por ende de la Iglesia como parte importante de esta sociedad; así mismo es necesario tener en cuenta lo que es la aproximación del uso grupal de los medios de comunicación, para luego completar esta visión con un enfoque de lo que se puede considerar como la situación actual del trabajo comunicacional de la Iglesia.

Se debería también consagrar tiempo y esfuerzos sobre un aspecto de fundamental importancia como lo es la educación al uso apropiado de los medios de comunicación y su relación pastoral, continuando luego con el desarrollo de metodologías de análisis de mensajes, lo cual debería permitirnos profundizar, sobre la base de ejemplos de aplicaciones comunicacionales concretas, la utilidad educativa y pastoral que se puede lograr con el uso adecuado de los medios de comunicación social.

Esta aproximación básica pero indispensable nos permitiría conectar con los diferentes espacios de comunicación audiovisual, a nivel grupal y masivo, estableciendo así una relación con trabajos concretos en el ámbito del video y la televisión, la prensa, la radio, los A/V, considerando en particular los desafíos que plantea la utilización de estos medios para las tareas educativas y pastorales de la Iglesia.

Para poder orientar nuestra acción en el terreno de la comunicación y la pastoral es indispensable realizar un diagnóstico que nos permita conocer lo que existe desde ya en cuanto a actividades y producciones de uso pastoral, cuales son los medios con los que se cuenta, que personal formado en C.S. existe, cual es su concreta relación con la aplicación del plan pastoral de la Iglesia local.

Esto nos permitirá conocer cuales son los elementos esenciales para el desarrollo de estrategias comunicacionales en la Pastoral y la educación, para lo cual se podrá contar con la activa participación de grupos y organizaciones laicas que colaboran directa o indirectamente con el trabajo desarrollado por la Iglesia, teniendo en cuenta nuestras propias realidades comunicacionales y las políticas de acción que se podrían dar en el contexto del trabajo pastoral de la Iglesia.

En lo que corresponde a las tareas en comunicación y pastoral, se pueden presentar algunas sugerencias básicas, pero que podrían ser esenciales para el buen desarrollo del trabajo comunicacional de la Iglesia:

Optimizar nuestros recursos evangelizadores

Destacar algunos puntos esenciales

La educación al uso apropiado de los medios de comunicación y su relación pastoral

El contexto del trabajo pastoral de la Iglesia

La comunicación cumple una función específica

Promover las vocaciones sacerdotales o la formación pre-matrimonial

RESUME

Ce que l'on appelle les "mass-médias", comme la radio et la télévision, ont toujours fasciné d'une part les grandes multinationales (même celles qui ne sont pas réellement présentes dans ce secteur), et d'autre part toutes sortes de révolutionnaires dans leur volonté d'abattre les pouvoirs en place. Quand on réfléchit sur cette séduction, on peut s'interroger sur les conclusions que l'Eglise tire de ce constat. Il est intéressant de relever que le Pape Jean Paul II dans son message pour la Journée de la Communication insiste depuis trois années consécutives sur l'importance des médias pour la pastorale de l'Eglise: en 1993 le rôle de la vidéo, en 1994 les relations entre TV et famille et en 1995 le cinéma. De son côté, l'Eglise d'Amérique Latine, notamment dans le document dit de "Saint-Domingue", insiste sur l'urgence pour l'Eglise de s'ouvrir davantage au monde de la communication, sur la nécessité pour elle d'avoir ses propres médias, d'encourager les catholiques professionnellement engagés dans ce milieu, de développer et de renforcer l'édu-communication des chrétiens, des futurs prêtres et des religieux, et d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Pour ce faire il est impératif que l'Eglise prenne la mesure de l'environnement communicationnel et audiovisuel de la société et examine sérieusement ses relations avec cet environnement. La communication doit être intégrée dans l'action pastorale du Peuple de Dieu. Ainsi pourquoi les programmes religieux (par exemple la retransmission de la messe dominicale ou les lettres pastorales des autorités religieuses) devraient-ils être ennuyeux ? Si elle veut relever les défis actuels du monde de la communication, à tous les niveaux l'Eglise doit se préparer et se former : une nouvelle culture émerge qui exige une nouvelle évangélisation et une nouvelle morale.

La Comunicación como elemento de integración en la Pastoral

Cabe destacar esta dimensión de la comunicación con el fin de sacar a la comunicación de su rol supletorio a un rol integrador. La comunicación debe ser parte integrante de la Pastoral, es decir cabe reconocer que en cualquier actividad pastoral la comunicación cumple una función específica, por lo mismo no se debería disociar la comunicación de la acción pastoral sino que bien al contrario se debería asociar con la comunicación.

En más de una ocasión se ha podido encontrar a párrocos, Vicarios y otros agentes de pastoral (a veces también a Obispos...) que se quejan porque «además de todo el trabajo que tenemos, más encima me piden que me haga cargo de las comunicaciones...» Rol supletorio.

La realidad es que ese mismo agente pastoral, Obispo o sacerdote, debería considerar cual es el rol integrador que le puede asignar a la comunicación para facilitar sus tareas, en vez de considerarla como un elemento aparte de la acción pastoral.

A título de ejemplo, si el plan pastoral Diocesano o bien el mismo plan pastoral de la Conferencia Episcopal determina como prioridad el desarrollo de un plan para promover las vocaciones sacerdotales o la formación pre-matrimonial, este plan debe considerar desde su misma génesis el elemento comunicacional que permita apoyar esta acción.

¿Sería útil realizar una campaña, que tipo de campaña, a que niveles, para que público, que elementos pueden ser utilizados, prensa, radio, tv, medios grupales?. Sin querer escandalizar con términos poco divinos, se trata simplemente de hacer un adecuado «marketing pastoral». El estudio de cada caso particular nos permitirá definir cuales son las estrategias, métodos y cuales los medios de comunicación más apropiados a esta tarea y en relación con las metas y objetivos que se quieren alcanzar.

La comunicación como elemento de apoyo y no como un objetivo en sí mismo

De acuerdo a experiencias concretas en el desarrollo de proyectos de comunicación en la Iglesia, se ha podido también constatar que la comunicación puede llegar a ser un elemento perturbador del trabajo pastoral, cuando este se considera como el objetivo mismo del proyecto.

Por ejemplo, se instala una radio y se consumen recursos humanos y materiales para que la radio funcione, pero su relación con la pastoral se diluye en acciones puntuales, la Misa del Domingo, el mensaje del Sr. Obispo, que también son importantes, pero que no reflejan una más íntima relación con las áreas pastorales de la Diócesis y que se vean en su programación; ciertamente en este ejemplo concreto de la radio se debe considerar su rentabilidad económica, pero también su rentabilidad pastoral...¿quién dijo que los programas que presentan los medios católicos deben ser aburridos y poco atractivos ? Este es un real desafío para quienes trabajan en ese medio y por supuesto necesita de una formación adecuada de guionistas, locutores, programadores, administradores.

Esto mismo lo podemos aplicar a otras tareas en comunicación, ya sea un centro audiovisual, de video, la publicación Diocesana o parroquial, materiales de catequesis, etc..

Por lo demás podemos recordar lo que los Srs. Obispos señalaron en Puebla: (1076)...»Hay insuficiente aprovechamiento de las ocasiones de comunicación que se dan a la Iglesia en los medios ajenos y utilización incompleta de sus propios medios...»; además los medios propios no están integrados entre sí ni en la Pastoral de Conjunto...»En casos extremos lo que si se encuentra es un

conjunto de Pastorales, lo que seguramente influye de forma negativa en el trabajo educativo y evangelizador de la Iglesia.

La Comunicación Social y la Evangelización de la Cultura

Una de las tareas urgentes que nos ha propuesto el Papa Juna Pablo II es la Nueva Evangelización, tarea que compete tanto a nuestros pastores como a los laicos que conforman la Iglesia en su conjunto. Es claro que para esto se requiere una Evangelización de la Cultura y esta pasa también por los medios de Comunicación Social.

Es también claro que los medios masivos como la prensa, la radio, la TV, el cine, sin olvidar toda los nuevos media multimediaticos generados por la informática, pero también los medios grupales, van generando un nuevo tipo de cultura que es, en mayor o menor medida, integrada al medio familiar y educativo.

Es de interés y urgencia de la Iglesia ocuparse de esta Nueva Evangelización teniendo cuenta de estas influencias reales que comportan los medios, con valores y antivalores que afectan principalmente a los niveles juvenes; de ahí la importancia que deberíamos conceder a la educación a los medios en sus diversos enfoques y metodologías, pretendiendo principalmente fomentar el análisis crítico de los mensajes, pero también el uso creativo y activo de los medios de Comunicación.

Es esta también una tarea pastoral que no se puede eludir ni postergar y en la cual las organizaciones católicas de Comunicación, tienen también un importante rol que cumplir, coordinando así los esfuerzos para crear la cultura de la vida y de los valores cristianos que nos enseña el Evangelio.

SUMMARY

The so-called "mass media" i.e. television and radio are always of special - open or concealed - attraction to large companies (even if not engaged in this field) and of course to all kinds of revolutionaries especially when they have overthrown the existing powers. Reflecting on the reasons for this tremendous interest of secular entities, one wonders what kind of conclusion the Church is drawing out of this. It is amazing to see that Pope John Paul II has emphasised the importance of the media for the pastoral work of the Church for three consecutive years already: 1993 The Role of Video, 1994 Television and Family, and 1995 Cinema. The Latin American Church, in her document of Santo Domingo, once again underlined the need to be more open to the world of communication (mass and small media), to have own media, to support Catholic professionals in this field, to develop media awareness, to stress the media education in seminaries and to use the new electronic media in a proper way. At the same time it is indispensable to look into the communicational and AV environment of the society and investigate the relationship between this environment and the Church, in order to face the challenges which exist for the use of this media in the educational and pastoral field. Furthermore it is essential to regard communication as part of the pastoral work of the community of God. Why should radio programmes (e.g. Sunday Mass, Bishop's messages) be boring and tiring? So there is a need for proper preparation and formation at all levels. No doubt a new culture is arising which requires a new evangelization and a new culture of life.