

HACIA LA AMISTAD IGLESIA-MEDIOS

Mensaje de los Obispos de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social

18 de Abril de 1999

A las puertas del Tercer Milenio, la Iglesia hace memoria de su razón de ser desde hace casi 2.000 años, para hoy y para siempre: Anunciar y testimoniar la presencia, la amistad de Dios con los hombres, la misericordia de Dios Padre de todos, manifestada plenamente por la encarnación de su Hijo y la acción del Espíritu Santo en todo tiempo y lugar. Este mensaje de Dios al mundo es la "buena noticia", el Evangelio de la amistad de Dios con los hombres que la Iglesia quiere hacer llegar a todos.

No tenemos gran dificultad para proclamarlo en los templos o en nuestras casas. Pero en este tiempo de los grandes medios de comunicación, la Iglesia tiene la obligación de ofrecerlo también a través de ellos. Y aquí las dificultades son mucho mayores, aunque sean propios, y más cuando son ajenos.

Llamados a encontrarse

No suelen contribuir los grandes medios de comunicación social a poner de relieve la idea y la realidad de Dios Padre bueno, que ha hecho amistad perpetua con los hombres y ha establecido con ellos una Alianza para siempre. Mas bien, contribuyen con frecuencia a forjar la idea de un mundo sin Dios, o con un Dios en los márgenes de este mundo, dominado por otros dioses, o de un mundo "como si Dios no existiera".

Con razón, el Papa, en su Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de este año se hace esta doble pregunta: "¿Cómo podrían los medios trabajar con Dios en vez de contra Él? Y, ¿cómo podrían constituirse los medios en compañeros gratos para aquellos que buscan la presencia de Dios en sus vidas?" Podemos seguir preguntándonos: ¿Cómo mejorar la relación Evangelio-Medios de Comunicación Social? ¿Cómo mejorar la imagen que transmiten los medios de Dios y de todo lo que con Él se relaciona, por ejemplo: la fe, la moral, la Iglesia y su obra. . .? ¿Cómo conseguir que los medios de comunicación sean también medios de comunicación de Dios y de su mensaje a los hombres?

Son preguntas que nos interpelan directamente a los miembros de la Iglesia, especialmente a los pastores, en este fin de siglo. Y que nos llevan a otros interrogantes: ¿Conocemos y comprendemos los medios de comunicación en todas sus dimensiones? ¿Mantenemos una relación cercana, amistosa, colaboradora, aunque también franca, independiente y suficientemente avisada con los medios de comunicación y sus profesionales? ¿Tenemos en cuenta las "leyes de funcionamiento" de cada medio? ¿Nos esforzamos en emplear sus métodos y lenguajes propios? ¿Estamos dispuestos a estar presentes en los medios de comunicación en cada oportunidad que se nos ofrezca? ¿Nos preparamos y ayudamos a otros miembros de la Iglesia a formarse para intervenir en los medios de comunicación con sentido eclesial y la profesionalidad exigibles?

Estamos convencidos de que la persona humana está siempre en búsqueda de la verdad, de la bondad, de la belleza, de la felicidad, de la libertad, de la justicia, del amor, de la paz. También cuando busca en los medios de comunicación la noticia, la opinión, el entretenimiento, la distracción o el disfrute. Sabemos y creemos también que Dios sale al encuentro del que sinceramente busca. Él es la meta de la búsqueda, el colmo del anhelo, la razón última, la clave que abre el sentido de la naturaleza, del mundo, del hombre, de Dios mismo. En Jesucristo, su Hijo encarnado, Dios se ha manifestado plena y definitivamente. Quien lo encuentra alcanza la verdad y la sabiduría, entra en el reino de la bondad y de la libertad, adquiere la suprema belleza, empieza a disfrutar de la bienaventuranza, de la nueva justicia, descubre el amor, vive en paz y trabaja por la paz. Quien encuentra a Dios, se encuentra consigo mismo, descubre al hermano y establece una nueva relación con el mundo y con las cosas.

Los medios de comunicación social pueden influir poderosamente en que el hombre busque a Dios, en que no lo haga o en que lo busque donde no está. Su papel de informar, orientar, crear cultura, entretener, distraer, estimular e incitar es inconmensurable en nuestra sociedad de la información. De ahí la gran responsabilidad de cuantos tenemos que ver con las comunicaciones sociales: gobernantes, empresarios, profesionales, usuarios y la misma Iglesia.

Enriquecimiento mutuo

Sólo teniendo en cuenta esta relevancia de las comunicaciones sociales en el mundo de hoy y respondiendo con serenidad y realismo a las preguntas que antes hemos planteado, haremos verdad la afirmación del Papa en otro lugar de su mensaje: "En la trayectoria de la búsqueda humana, la Iglesia desea la amistad con estos medios, consciente de que toda forma de cooperación será para bien de todos. Cooperación significa también un mayor entendimiento entre todos". Amistad entre la Iglesia y los medios, diálogo, colaboración, mutuo enriquecimiento por el intercambio de dones, he ahí las claves de la relación necesaria entre los medios de comunicación y la Iglesia o los cristianos.

El mismo Juan Pablo II enumera en su mensaje los frutos preciosos de esta cooperación: "La cultura del memorial de la Iglesia puede salvar a la cultura de la fugacidad de la noticia que nos trae la comunicación moderna, del olvido que corroe la esperanza; los medios,

en cambio, pueden ayudar a la Iglesia a proclamar el Evangelio en toda su perdurable actualidad, en la realidad de cada día de la vida de las personas. La cultura de sabiduría de la Iglesia puede salvar de la cultura de información de los mass-media de convertirse en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer alerta ante los impresionantes nuevos conocimientos que ahora emergen. La cultura de alegría de la Iglesia puede salvar la cultura de entretenimiento de los medios de convertirse en una fuga desalmada de la verdad y la responsabilidad; y los medios pueden ayudar a la Iglesia a comprender mejor cómo comunicar con la gente de forma atractiva y que además deleite. Estos son algunos ejemplos de cómo una cooperación más estrecha en un espíritu de amistad y a un nivel más profundo puede ayudar a ambas, la Iglesia y los medios de comunicación social, a servir a los hombres y a las mujeres de nuestro tiempo en su búsqueda del sentido y de la realización".

Somos conscientes de que nos encontramos en un momento importante, tal vez "crucial", para que la Iglesia encuentre su lugar y su modo de relacionarse con los medios en un sentido positivo, constructivo, de diálogo, colaboración y amistad. La tarea no es fácil ni está libre de riesgos; pero hay que afrontarla, si no queremos "perder el tren".

Para ello tenemos que seguir haciéndonos preguntas, en primer lugar, sobre nuestros propios medios de comunicación, desde nuestras hojas parroquiales, diocesanas, de los Institutos de la vida consagrada, de organizaciones de seculares; sobre nuestras pequeñas emisoras de radio y televisión, servicios de Internet . . . y hasta sobre nuestro gran medio de la cadena radiofónica COPE. Todos prestan, sin duda, un gran servicio, pero es también seguro que son mejorables. ¿Responden al lema del Papa para la Jornada de este año de ser "presencia amiga para quien busca a Dios Padre"?

En segundo lugar, hemos de acometer con imaginación y generosidad, incluso asumiendo los inevitables riesgos, el empeño por renovar y mejorar nuestra relación y nuestra presencia en los medios de comunicación ajenos en general.

Actitud de ayuda y de servicio

Los Obispo de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social deseamos ayudar y nos ofrecemos, dentro de nuestras posibilidades y las del Secretariado de la Comisión, a los medios de comunicación de las diócesis y de la Iglesia en general y a cuantos nos necesiten, a fin de colaborar con ellos a que sean instrumentos adecuados de una información correcta, transmisores fieles de verdad, amor, alegría y paz, que estimulen a sus usuarios a seguir buscando por el camino recto.

Tenemos a la vista serios cometidos en todos los sectores de la comunicación moderna, como son los de la prensa, la radio, la televisión, el cine, Internet, etc. Estamos convencidos de que la Nueva Evangelización, hoy en día y en el futuro que se abre con el Tercer Milenio, no será posible sin el recurso a los modernos medios de comunicación y al uso adecuado que de ellos se haga.

Con frecuencia se acusa a la Iglesia de su escasa presencia en el mundo de las comunicaciones sociales y de sus fallos donde está presente. Sin pretender escurrir el bulto o negar la existencia de fallos y ausencias, deseamos que la Jornada de las Comunicaciones Sociales de 1999 constituya, en primer lugar, un aldabonazo que nos despierte a todos –gobernantes, empresarios, profesionales, usuarios de los MCS, a la Iglesia y en ella a todos los cristianos– a asumir el compromiso personal que cada uno tenemos con los medios.

Responsabilidad de todos

Estamos, además, abiertos a cuantas sugerencias queráis hacernos llegar, además de las críticas. Os invitamos, por otra parte, a orar por cuantos tienen una especial responsabilidad en las comunicaciones sociales y para que el Señor suscite vocaciones para el trabajo en este importantísimo campo de la pastoral y de la evangelización: hombres y mujeres capaces de impregnar los medios desde los principios y criterios del Evangelio y con su propio testimonio de vida.

No podemos, finalmente, dejar de solicitar vuestra ayuda económica. Con frecuencia tenemos que oír, por ejemplo: ¿Por qué no tiene la Iglesia en España un canal propio de televisión? Lo mismo se puede decir de un periódico diario etc. A ello solemos responder con esta serie de preguntas: ¿Qué empresario o grupo empresarial está dispuesto a invertir y arriesgar su capital o parte de él en un medio de comunicación social de orientación cristiana? ¿Qué profesionales se ofrecerían a trabajar en un medio de esta naturaleza por un sueldo, justo sí, pero modesto, aunque sea "un divo" de la comunicación? ¿Cuántos usuarios de los medios de orientación o contenido cristiano querrían seguir siéndolo, si, para poner en marcha un medio de inspiración cristiana o para sostenerlo en un momento de crisis, tuvieran que abonarse a él, suscribir una acción, pagar una cuota, hacer una aportación extraordinaria? Tal vez, algún día tengamos ocasión de comprobarlo, si lo que hasta ahora son poco más que buenos deseos de estar presentes en algún medio de este tipo se transformase en proyecto para cuya realización fuera necesaria una gran inversión.

Quiera Dios que la actual Jornada anual de las Comunicaciones Sociales contribuya a crear conciencia en todos los cristianos de la importancia de los medios de comunicación social para la Evangelización; a que cada uno asumamos nuestras responsabilidades; a sensibilizar nuestra sociedad; a crear una relación amistosa entre los medios de comunicación social y la Iglesia.

+ *José Sánchez, Obispo de Sigüenza-Guadalajara y Presidente*
 + *Antonio Montero, Arzobispo de Mérida-Badajoz*
 + *Teodoro Úbeda, Obispo de Mallorca*
 + *José Gómez, Obispo de Lugo*
 + *Joan Carrera, Obispo Auxiliar de Barcelona*
 + *Eugenio Romero, Obispo Auxiliar de Madrid*

