

El credo del comunicador cristiano

■ Maria Rosa Lorbés.

Periodista (España-Perú), Directora de la revista *Signos* y del área de Comunicaciones del Instituto Bartolomé de las Casas.

Punto previo

El acontecimiento y el Documento de Aparecida —no solo en los párrafos referidos a comunicación— constituyen una expresión del espíritu del Señor presente en la vida de la Iglesia que camina en América Latina. Esa palabra de Dios, expresada a través de la comunidad eclesial, nos relee, nos cuestiona y nos interpela como cristianos y como comunicadores. A la luz de la interpelación de Aparecida quiero situar estas consideraciones y este testimonio de mi credo como comunicadora cristiana, que obviamente parten del reconocimiento, como al inicio de cada eucaristía, de nuestra condición de fragilidad y de pecado. El testimonio que sigue, por lo tanto, no habla tanto de lo que soy como comunicadora cristiana sino de lo que aspiro a ser.

El credo

Creo que para el comunicador cristiano su profesión es una búsqueda apasionada de la presencia de Dios en cada mujer y en cada hombre, en nuestros pueblos y en nuestra historia hoy. Descubrirlo junto con otros, más allá de las apariencias, en los pequeños y en los grandes hechos de

la vida cotidiana de nuestros pueblos y compartir y difundir la buena noticia de su presencia es el primer afán de mi búsqueda. Por eso me gusta evocar aquella frase de Jesús: “les precederé en Galilea” (Mc 14,28); recordar a ese Señor que está delante de nosotros y que nuestra tarea es buscarlo, descubrirlo y comunicarlo. Esa es la “verdad” que busco y que intento desentrañar y comunicar, ese Cristo vivo, actuante, siempre nuevo, siempre provocador y desinstalador, que nos sorprende cada día y que nos dijo “Yo soy la Verdad” (Jn 14,6). No un concepto, una norma, ó una teología. Para el comunicador cristiano la verdad es una persona: Jesús Resucitado y siempre vivo en el corazón de la historia.

Creo que para encontrar al Señor es muy importante dónde nos ubicamos, cuál es, en la vida, nuestro ángulo de mira. Los fotógrafos en particular saben muy bien que depende mucho del lugar que escogen para la singularidad de la toma que consiguen. Un amigo me hizo notar hace tiempo, a propósito del pasaje evangélico de las moneditas de la viuda (Mc 12,41-44), que el Señor tuvo que haber escogido una determinada ubicación para ver eso; alguien hubiera podido ponerse a la puerta del templo de Jerusalén y ver muchas personas y miles de cosas, depende de en qué ángulo te sitúas para ver eso tan chiquito, tan sencillo, tan anodino.

El punto de mira de un comunicador cristiano para descubrir en los acontecimientos cotidianos al Señor tiene que ser siempre desde los pobres, desde los pequeños, desde la tierra. Para que no tengan que decirnos, como el ángel a los apóstoles después de la Ascensión: “¿Qué hacen ahí mirando al cielo?” El “desde los pobres”, constituye no solo el ángulo desde dónde ubicarse para percibir la presencia del Señor en la vida sino uno de los principios hermenéuticos fundamentales para analizar y comprender mejor el sentido profundo de los acontecimientos. Creo por eso en un periodismo cristiano que analiza y discierne los hechos desde la perspectiva del Señor, del Dios de los pobres.

Creo en el comunicador como actor (no como protagonista), es decir lo contrario del espectador, imparcial, neutral, supuestamente objetivo, casi como notario. Creo más bien en el periodismo comprometido, que toma partido sin dejar de ser justo y veraz con todos.

Creo en el periodismo cordial, un periodismo que se remece hasta las entrañas con lo que ve y descubre, un periodismo que se siente movido por la misericordia, por la solidaridad en definitiva. Un periodismo, que como la Iglesia en Aparecida, se siente llamado a ser samaritano.

Creo en el poder como servicio. Hay algo que los periodistas sabemos y que a veces no tenemos suficiente en cuenta, la información es poder, somos personas que tenemos poder por nuestros estudios, por nuestra función, pero aquí cabe recordar lo evangélico del poder como servicio. El poder que tenemos es nuestra capacidad de contribuir con nuestros saberes, unidos a otros saberes, a cambiar juntos las cosas. A mí eso me cuestiona mucho, los periodistas a veces cuando tenemos un micrófono en la mano o una audiencia delante, podemos sentirnos el centro de la atención y olvidamos que estamos allí para servir. Eso hace que la gente, el pueblo, los campesinos, nos vean como diferentes a ellos, superiores, distantes, porque olvidamos nuestra función y jugamos a veces el rol de jueces, o de policías de su vida y sus conflictos.

Creo en una comunicación personalizante, que contribuye al surgimiento de sujetos, de nuevos actores. Que estimula el desarrollo del espíritu crítico. Que ayuda a rescatar del anonimato a los invisibles. Por eso antes que querer ser la voz de los sin voz, queremos que la propia voz de los pobres sea escuchada. La comunicación cristiana además invita al protagonismo de la acción; debe ser una comunicación, removedora, cuestionadora, que no solo señala los problemas, sino que invita a cambiar y a mejorar la realidad.

Creo en un comunicador profético. Es decir, persistente en el anuncio de la Buena Nueva, de que lo bueno existe, de que son muchas las experiencias y las historias personales de bondad, de solidaridad, de amor, de valentía y de generosidad en nuestro mundo hoy. Y que nos toca a nosotros mostrarlas. De otro lado el comunicador profético también debe ser valiente y, al mismo tiempo, responsable en la denuncia. El mal, los problemas y los conflictos deben ser señalados, pero quizás hay que desarrollar más un periodismo de investigación sobre los conflictos que se están gestando y que eso contribuya a buscar soluciones. Tengo la impresión de que muchas veces llegamos tarde, o después, cuando ya ocurrió el atentado, cuando ya estalló el problema y pasó al nivel mediático, quizás

el desafío es mediatizar el problema antes de que esté a punto de estallar y eso es lo que nos falta mucho, ese periodismo de investigación. En ese sentido creo que es importante ser un periodismo que se adelanta.

Creo en la necesidad de la opinión pública al interior de la Iglesia, casa y escuela de comunión, como dice Aparecida. Con respeto sí, pero con libertad evangélica. Con educación, pero con transparencia, cordialidad, humildad, sin perder la cordura, porque lo que se busca no es a ver quién gana, quién se hace más famoso o quien demuestra ser el más cristiano, sino que es lo que humildemente creemos que es mejor para el pueblo de Dios.

Creo que el cambio es posible y que está en nuestras manos contribuir a él o no. Creo en una comunicación por el cambio. Estar convencido de que el cambio es posible en mí, en mi familia, en mi sociedad, en el planeta, es muy importante en estos días como mensaje cristiano en un mundo que está cada vez más marcado por el escepticismo y el fatalismo.

Creer en el cambio es creer en Dios, creer en la esperanza, creer que es posible mejorar este mundo en contra del pesimismo que lleva a las personas a paralizarse y a deshacerse de sus responsabilidades. La fuente de la esperanza es Dios, pero este mundo es también hechura nuestra y Él no quiere cambiarlo sin nosotros. Es importante entonces desde nuestro quehacer comunicacional crear motivos de esperanza; una esperanza que nace del encuentro de nuestra responsabilidad y nuestra libertad con el amor gratuito de Dios.

En esta parte final, quisiera dejar el tono más testimonial, espiritual e invitarlos a echar una mirada rápida, a vuelo de pájaro al mundo de las comunicaciones sociales y a señalar algunas tareas centrales de un pastoral de la comunicación. Como discípulos y misioneros no podemos quedarnos satisfechos con la calidad, la tecnología o el número de audiencia de mi periódico, mi programa de radio o de TV, aunque, desde luego, todas esas producciones deban ser permanentemente mejoradas pero hay que tener una mirada, un sueño, diría yo, del mundo de la comunicación. Aparecida nos invita a un cambio de estructuras en general para hacer posible un mundo más justo, más equitativo, en el que los derechos de todas las personas sean respetados y en el que todas las voces sean escu-

chadas. En el campo de la comunicación eso supone una serie de tareas y desafíos pastorales que no podemos olvidar.

Me gustaría solo enumerar cuatro grandes campos, sobre los cuales hay abundantes reflexiones en los distintos documentos del magisterio sobre los medios de comunicación social, ya se trate de los medios comerciales, estatales, eclesiales o de la sociedad civil. El primero es contribuir a crear conciencia de que la comunicación es un derecho ciudadano. El segundo es el campo de la incidencia en la legislación y las normativas referentes al mundo de los medios; los cristianos no podemos permanecer al margen de esos asuntos y tenemos que encontrar la manera de incidir en ello.

También le toca a la Iglesia contribuir a tener un público cada vez más crítico, más activo, más apropiado de sus derechos y más exigente de que los medios honren su función social.

El último punto, sobre este tema de la mirada en grande, es el de los hombres y mujeres de la comunicación como ámbito de misión. No nos referimos a los que trabajan en la pastoral o en los medios de la Iglesia, sino en los que se desempeñan en medios masivos y/o comerciales. No se trata de convertirlos en catequistas (algunos de ellos pueden no ser creyentes), pero sí de brindarles cercanía, amistad y apoyo ético, y estimularlos a ser cada vez más competentes, más responsables en el ejercicio de su profesión y más honestos.