



“Comunicar en los movimientos católicos y en el mundo”

- *Dr. Ángel Scelzo **

En primer lugar, un cordial saludo a todos los asistentes a la conferencia, reunidos para este importante evento en vísperas de la sesión final.

Debido a la amplitud del tema, cuando se invita a hablar de comunicación, la parte difícil es el inicio, la apertura de la discusión, ya que no siempre basta con indicar un esquema que, en este caso, concierne a los movimientos católicos, pero también el mundo.

Creo que es necesario preguntarnos, de forma preliminar, si existe o puede existir un tipo específico de comunicación para los movimientos. ¿Y en qué medida, si existe, puede diferenciarse de la comunicación ordinaria, es decir, adaptable a cualquier circunstancia?

Entrar en esta distinción preliminar es una manera de encontrarse inmediatamente ante los cambios, o más bien diría, la diferente naturaleza de la comunicación moderna.

Para todos está claro que hoy, incluso en comparación con hace una década, la forma de comunicarse ha cambiado. Los medios a través de los cuales la palabra (pero no sólo: también los gestos o las diferentes expresiones) se sitúan en el centro de nuestras relaciones han cambiado radicalmente. Cada vez más, en la era digital, las palabras van acompañadas de imágenes; cada vez menos sujeto a distancias, y sin que ello provoque retrasos o aplazamientos en el estado del diálogo.

Quizás podamos empezar a decir que la comunicación ordinaria representa sólo una expresión, ya que en realidad la gran variedad de medios (en términos más actualizados multimedia) corresponde a una variedad más extensa de comunicaciones. Cada ámbito tiene el suyo propio, que se diferencia no sólo en la diversidad de los medios a utilizar, sino naturalmente en los objetivos y el público al que se dirige.

La importancia y el nuevo papel de los medios de comunicación.

En este punto me gustaría centrarme en el diferente impacto de medios más tradicionales como la radio, la televisión, la prensa escrita, el cine, frente a lo que podríamos definir como la nueva comunicación "de raíz digital". Son vehículos que siguen teniendo vida propia. La revolución digital no los ha enviado al ático pero ciertamente los ha cambiado profundamente.

Lo que ocurrió, de hecho, fue su particular proliferación: cada uno de ellos, con la llegada de lo digital, manteniendo su propia identidad, la fortaleció dando vida a nuevas herramientas, en primer lugar, las redes sociales y ahora una familia muy extendida de aplicaciones que utilizamos habitualmente en nuestros smartphones: el antiguo Twitter, ahora X, Facebook, TikTok, Instagram y otras de impacto más limitado.

Ante esta impresionante evolución, hoy hablamos de comunicación antigua y nueva. Y la palabra que más se utiliza para marcar este punto de inflexión es revolución.

Cabe señalar también que se trata de una revolución que aún está en marcha, muy lejos de nosotros, observando los continuos y sorprendentes avances que el mundo digital produce casi día a día.

La comunicación y el mensaje.

Fue el nacimiento, algunos hablan de la "invención", de Internet lo que abrió, o más bien abrió de par en par, las nuevas formas de comunicación moderna. La irrupción de este mundo suscitó, al principio, asombro y desconcierto.

Todo cambia. Y pronto pasó a primer plano la preocupación por el mensaje, es decir, la fidelidad del mensaje frente a los escenarios completamente nuevos de una comunicación que se situaba a la cabeza de los cambios sociales y culturales en curso en todas partes del mundo.

La "vieja" comunicación se limitaba a describir, contar, mostrar -a través de medios audiovisuales, antaño limitados a la pequeña y gran pantalla- la realidad y los modos de vida. Estábamos acostumbrados a una función subsidiaria. Sabíamos distinguir los medios del mensaje y ni siquiera las intuiciones de un gran estudioso como Mc Luhan nos habían llevado más allá de los límites establecidos.

Frente a lo que ocurrió después, ciertamente no podemos hablar de simple innovación. Las nuevas tecnologías han asignado inmediatamente a la comunicación un papel completamente diferente: no más subsidiariedad sino una forma de protagonismo consciente, desprovisto de escrúpulos y prudencia. La nueva comunicación, en realidad, ha tomado protagonismo, ha comenzado a dictar sus leyes, o más bien a hacer otras nuevas, hasta el punto de guiar los procesos de un mundo en transición. El ejemplo más sorprendente es el de la globalización, el acontecimiento que ha marcado nuestra época. Aún hoy se debate si no estuvo determinado precisamente por el desarrollo de la comunicación empujada más allá de los umbrales del tiempo y el espacio; si el mundo no se ha convertido en una "aldea" precisamente por el impacto y la influencia de una comunicación que, habiéndose liberado, gracias a las nuevas tecnologías, de sus propias fronteras, ha pasado a socavar otras por sí misma.

La comunicación instantánea se hizo realidad de repente y, traspasando las fronteras tradicionales, abrió caminos impensables en todos los ámbitos (social, cultural, económico) que atravesó. Todo es comunicación, hemos venido a decir para celebrar y resaltar su poder.

La autoridad de la nueva comunicación.

Sin embargo, podemos decir que nos tomó tiempo reconocer plena y totalmente este cambio de época. Nos resultó difícil resignarnos o no pestañear ante ciertas expresiones de la nueva comunicación, hechas a propósito, nos parecía, para poner a prueba nuestra aceptación. En primer lugar, nos costó aceptar la autoridad de los nuevos medios que nos parecían útiles, sí, pero limitados a formas de comunicación ordinarias, coloquiales, casi "de servicio". Quizás nunca hubiéramos imaginado que las declaraciones y los actos solemnes de los más altos órganos y de las personalidades más autorizadas, incluidos el Papa y los jefes de Estado, pudieran transmitirse y difundirse a través de Twitter y en diversas plataformas de redes sociales. Resistió de alguna manera, una forma de jerarquía natural que tal vez indicaba más una rendición que una adhesión verdadera y convencida a la realidad de la nueva comunicación.

Las actitudes y los estados de ánimo desaparecieron inmediatamente. La comunicación hoy se compone de estos medios y debemos darnos cuenta de que no es posible detener el viento con las manos.

La trágica evolución de nuestros tiempos consolidó entonces el cambio radical de ritmo. Los teléfonos inteligentes, más que las cámaras en sí, nos hicieron recordar la guerra en Ucrania y continúan contándonos sobre los dramáticos días del sangriento asedio en Gaza después del feroz ataque de Hamás a Israel. Pero aún más en las guerras, las redes sociales y las nuevas herramientas de comunicación no son sólo testigos, no se limitan a registrar los acontecimientos. Ellos mismos son protagonistas, como lo fueron en tiempos de la pandemia, el otro flagelo de estos días difíciles y

atormentados. Al aislarnos físicamente, la pandemia ha ofrecido a los nuevos medios, a toda la galaxia de la comunicación digital, la oportunidad en bandeja de plata de entrar aún más profundamente en la vida concreta de las personas. Durante un tiempo considerable, el confinamiento hizo de las redes sociales nuestro lenguaje, nuestras expresiones, el medio privilegiado y casi único de nuestra forma de comunicarnos. Ha creado pequeñas y grandes comunidades, ciertamente virtuales, pero potencialmente capaces de desarrollar sus relaciones en persona. Cómo la pandemia ha contribuido a cambiar la forma de comunicarse en la iglesia es tema de muchos estudios. Algunos han llegado a decir que las retransmisiones en streaming, como las propias celebraciones dominicales, han contribuido a vaciar las iglesias, señalando también que la vuelta a la normalidad ha marcado en realidad una disminución de la participación de los fieles.

En cualquier caso, es un tema que supo ganar terreno precisamente porque las nuevas tecnologías permitieron técnicamente la participación remota, pero con todas las modalidades que ofrece una comunicación que nunca ha sido tan amplia y articulada.

La comunicación y la Iglesia

Este último aspecto introduce directamente una pregunta inevitable llegados a este punto. ¿Cuál es y cuál ha sido la actitud de la iglesia ante esta verdadera revolución mediática?

Para un movimiento como el vuestro, que sitúa en el centro el factor educativo vinculado al compromiso del testimonio católico, es una cuestión que no se puede eludir.

Premisa esencial: no se puede decir que la iglesia haya bloqueado el camino a una nueva comunicación. Inmediatamente se dio cuenta de la importancia del cambio, a pesar de que tal vez no tuviera los medios para implementarlo de inmediato.

Creo que podría ser útil hacer referencia a lo ocurrido en la comunicación vaticana para buscar una respuesta más motivada. La comunicación de la Santa Sede acaba de afrontar una reforma - dentro de la reforma más general de toda la curia romana - que ha cambiado totalmente de carácter. Tomo como referencia la comunicación del Vaticano porque representa, de alguna manera, el paradigma de lo ocurrido a un nivel más general.

El antiguo medio de comunicación de la Santa Sede, desarrollado en gran medida a partir del Concilio - antes de que existieran L'Osservatore romano y Radio Vaticano - con la posterior incorporación de la Oficina de Prensa y el Centro de Televisión Vaticano (todos bajo el paraguas del Consejo Pontificio de Comunicación Social), prácticamente se han fusionado en un único sistema integrado que los agrupa todos de forma digital. Desde medios individuales, cada uno con su propia vida, hasta una galaxia multimedia que habla todos los diferentes lenguajes de la comunicación antigua y nueva.

Era un paso necesario, acorde a las características de las nuevas herramientas multifuncionales que, al mismo tiempo, permiten transmitir la palabra asociada a imágenes y difundirla no sólo a través de medios tradicionales, sino segmentada a través de las diversas fuentes de medios sociales que alimentan el concurrido "banco" audiovisual. Prácticamente en todas las comunicaciones antiguas ha sonado la campana de una profunda reconversión en el mundo digital.

Hablamos de revolución porque se ha abierto un mundo nuevo. Incluso en la Iglesia, si consideramos que los primeros protagonistas de esta historia que viene de lejos, debemos considerar a los Papas de la modernidad, a partir de Pablo VI con quien la cuestión de la comunicación, que entró en un tono resignado en la primera fase de el Concilio, tomó luego vuelo en la década siguiente, hasta el punto de presentarse como motivo de letra natural en los largos años del pontificado de Juan Pablo II. El impulso se volvió tan fuerte que, casi inesperadamente, la comunicación se convirtió en uno de los grandes temas de las enseñanzas del Papa Benedicto. Así es: un Papa que siguió escribiendo, hasta el final, a mano, con lápiz, acabó marcando un punto de inflexión en la transición de una época de comunicación eclesial a otra. Por eso la comunicación de Benedetto, con el regreso, en cierto sentido, a la primacía de la palabra en la (plena) era de Internet, representa un capítulo aparte en la historia de la comunicación. De hecho, Benedicto puso en marcha oficialmente, con un clic desde una tableta, el

primer portal, news.va, que mostró el camino de la conversión digital a todos los medios vaticanos. ¿Cómo no considerar, aunque sea por el título, el impacto, o más bien el peso, que acabó teniendo esa comunicación en su pontificado?

Basta pensar en el drama de Vatileaks, pero no sólo eso. Y, quizás lo más sensacional de todo, desde el punto de vista comunicativo, la "Lección distorsionada" de Ratisbona, un ensayo magistral confundido con un acto de hostilidad del momento contra el mundo musulmán.

Luego vino Francisco. Y aquí estamos ante la historia actual, la contada en primera persona por los Papas.

Podemos partir de una aparente contradicción: no se puede decir, en términos absolutos, que sea un apasionado de la comunicación, pero también es cierto que Francisco no tuvo que esperar a ser elegido Papa para reconocer su importancia. Y hay que añadir que una vez en el trono de Pedro pudo darse cuenta de que, dentro de los muros, pocos problemas requerían una atención más inmediata.

Francisco es el tercer Papa del nuevo milenio, y la historia de estos primeros veinte años, de la Iglesia y del mundo, se puede resumir precisamente a través de los tres Papas del tercer milenio.

Con la elección de Bergoglio al papado, el aniversario de la "primera vez" se vuelve casi imparable: por primera vez un exponente de la Iglesia sudamericana ocupa la silla de Pedro; por primera vez un jesuita se convierte en Papa y por primera vez es elegido el hijo de una familia de emigrantes, en una época caracterizada por el fenómeno de las grandes migraciones. También la comunicación eclesial está ávida de primicias y el Papa "llamado desde el otro lado del mundo" representa inmediatamente un gran desafío.

La Iglesia como "hospital de campaña", el peligro de que pueda hacernos encerrar "en pequeñas cosas y pequeños preceptos" o transformarnos en el "nido protector de nuestras mediocridades", confesándonos como un "pecador a quien Dios ha mirado". ", pero sobre todo los términos de una visión positiva de una Iglesia que, a la luz de la "Gaudium et spes " "está siempre en camino con su pueblo", representaban los capítulos importantes de una comunicación nunca tan expresiva de un pontificado que ha elegido estar al lado del hombre en todo momento.

Así, le correspondió a Francisco, el primer Papa de la generación que no participó directamente en el Concilio - y también el primero de los que fueron llamados a iniciar su recepción - proyectar la comunicación vaticana hacia un nuevo tiempo, incluso hacia una verdadera transición. de época.

Conclusión

Para seguir en el contexto eclesial, una evaluación de los cambios ocurridos en la comunicación nos lleva a creer que los cinco siglos transcurridos desde la imprenta de Gutenberg en tiempos del Concilio no valen, en términos de innovación y progreso, los últimos sesenta años que culminaron en la era digital, y desde hace mucho tiempo "contadas" por personajes y matrices de plomo, sobre el papel de libros o periódicos.

Es otro mundo y otro tiempo para una comunicación que busca cada vez más escapar del papel de "servicio", para erigirse -una vez que ha tomado conciencia de su papel- como protagonista activa -y a veces decisiva- de los acontecimientos de una hiperactividad. -mundo conectado. Pero también hiperatormentado.

* *Subdirector Em. Oficina de Prensa del Vaticano*

umec.wuct@gmail.com - generalsecretary@umec-wuct.org - <http://wuct-umec.blogspot.com>

