



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Francisco Javier PÉREZ-LATRE

Los nuevos areópagos. 25 textos de Juan Pablo II en las Jornadas Mundiales de las Comunicaciones Sociales (1979-2003)

Eunsa. Astrolabio, Pamplona, 2003, 212 pp.

Acaban de cumplirse 25 años del Pontificado de Juan Pablo II. Los comentarios en torno a su labor pastoral y a su delicado estado de salud imprimen a la publicación de Francisco Javier Pérez-Latre una doble e interesante actualidad. El autor ofrece una recopilación de los mensajes con los que el actual Pontífice ha acompañado las Jornadas de las Comunicaciones Sociales. Las Jornadas fueron instituidas por el Concilio Vaticano II en 1966 y, desde 1986, se publican el día 24 de enero, con motivo de la festividad de San Francisco de Sales, patrono de los periodistas.

La aportación intrínseca de los textos se encuentra potenciada por una medida introducción a cargo del profesor Pérez-Latre, que incluye fragmentos significativos de los mensajes. Un mero resumen previo no hubiera podido recoger toda su fuerza y riqueza. En esta introducción, el autor extrae los temas más recurrentes en los mensajes del Pontífice. A modo de líneas de fuerza, identifica asuntos clave que, según Juan Pablo II, condicionan la importancia de la labor de los medios. Entre ellos, destaca su claro protagonismo social, el optimismo que muestra la Iglesia ante los avances tecnológicos de los medios, su capacidad de promocionar la paz, la visión positiva de los profesionales de la comunicación por parte de la Iglesia, la responsabilidad de los usuarios de los medios y las familias, o su papel como configuradores de la cultura y como defensores de la dignidad humana. Consciente de la dificultad de reemplazar las palabras del Papa, a través de los temas citados y fragmentos cuidadosamente escogidos, la introducción remite al lector a los textos originales, que conforman la segunda parte del libro.

De los mensajes del Papa publicados en los últimos 25 años, destaca especialmente la fuerza e intemporalidad de algunos: el cuidado de los receptores más sensibles, como niños, jóvenes, mujeres o ancianos; el uso de los medios como instrumentos de paz o promotores de la cultura; el cuidado de la programación y contenido de los medios o la ética. Todos los mensajes son actuales, sin importar el año en que fueron pronunciados. Por ejemplo, resultan muy oportunas en el contexto actual palabras como las siguientes, del año 1979: "Os pido implícitamente que renunciéis a ciertos planes de búsqueda calculada del mayor 'índice de atención' de cara a un éxito inmediato" (p. 60). Un mensaje aplicable a la lucha por las audiencias en el contenido actual de los medios. O las dirigidas a los profesionales de los medios en 1981: "¡Ciertos modos de utilizar los mass-media son capciosos en relación con la verdad y deletéreos en relación con la esperanza! Todavía más: se nota en los mass-media una carga agresiva en la información y en las imágenes: desde el espectáculo a los mensajes políticos, desde los descubrimientos culturales prefabricados y dirigidos —que son auténtico adoctrinamiento—, a los mismos mensajes publicitarios" (p. 73).

Pero, ante todo, el Papa muestra una visión optimista hacia la comunicación, consciente del potencial de los medios por la rapidez, elocuencia y alcance de sus mensajes (p. 82). También muestra aprecio hacia los profesionales de la comunicación, a quienes considera "personas bien dotadas y altamente preparadas", en quienes "la Iglesia piensa con afecto atento y respetuoso" (p. 67). Y señala que: "pocas profesiones requieren tanta energía, dedicación, integridad y responsabilidad como ésta y, al mismo tiempo, pocas son las profesiones que tengan tanta incidencia en los destinos de la humanidad" (p. 67). Juan Pablo II destaca con frecuencia el compromiso de los medios en la búsqueda del sentido como parte esencial de la vida humana (p. 184).

Como puede intuirse, el libro va dirigido a un público muy variado, pero que comparta el requisito de interesarse por la responsabilidad social de los medios. Por eso, entre ese público sobresalen, no sólo los profesionales, sino también los investigadores, académicos y usuarios de la comunicación. Este público tan heterogéneo encontrará en las páginas de esta obra una visión optimista y esperanzadora, poco habitual en análisis académicos sobre los medios.

Pese a que el principal motivo que ha llevado a Pérez-Latre a editar esta obra es la celebración del cuarto de siglo de Juan Pablo II al frente de la Iglesia, el lector también es capaz de intuir motivaciones adicionales. Y es que todas las páginas desprenden el profundo respeto y la notable admiración que la figura del Pontífice despierta en el autor, al que no duda en calificar como "el gran comunicador" (p. 14), y a quien considera "incansable promotor de los valores en las últimas décadas" (p. 11).

En el fondo, se trata de un libro que recoge el esfuerzo del Papa por hacer que los profesionales que trabajan en la comunicación la pongan al servicio de la comunidad. Sus mensajes anuales, con motivo de la celebración de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, constituyen una acción de comunicación de la Iglesia Católica que pretende recordar a los medios de comunicación su responsabilidad en el desarrollo de la sociedad. Como bien recoge el título, los medios se convierten en los nuevos areópagos del mundo de hoy, es decir, en: "un gran foro que, cuando cumple bien sus papel, posibilita el intercambio de información veraz, de ideas constructivas y sanos valores, creando así comunidad" (p. 21).

Tal vez alguien eche en falta una valoración más profunda del contenido por parte del profesor Pérez-Latre. Sin embargo, no es eso lo que persigue, sino más bien provocar la reflexión. La aportación del autor radica no sólo en la compilación de unos textos caracterizados por su elocuencia, sino también en su cuidada introducción, en la que deja de modo sencillo que sean los mensajes del Papa quienes hablen por sí mismos. No entra en valoraciones personales. Quizá el autor piensa que tal operación exige un proceso de reflexión y perspectiva

histórica que únicamente el lector y el paso del tiempo podrán calibrar.

El contenido de los textos no puede dejar indiferente al lector, es más, ahonda en su responsabilidad, bien como profesional, usuario, receptor o docente en el inquietante ámbito de la comunicación. Ya lo avanza Pérez-Latre en el prefacio (p. 11), donde describe a los medios de comunicación como “armas poderosas, con gran potencial para la difusión del bien, la verdad y la belleza”. Ante esa realidad, el autor considera que los mensajes del Papa “dan ideas de cómo usarlos para defender la libertad, buscar la verdad y el sentido de la vida, promover la paz y proteger la dignidad de la persona”. Por eso puede decirse que el libro, pese a dirigirse a un público variado, requiere coraje adicional para leer los contenidos de mensajes comprometidos que no alientan, precisamente, la indiferencia. Francisco Javier Pérez-Latre reconoce la utilidad de recopilarlos para proporcionar elementos de reflexión a los usuarios y receptores de la comunicación que, a fin de cuentas, somos todos.

Natalia RODRÍGUEZ SALCEDO

nrodriguez@unav.es

[arriba](#)