

¿QUÉ TIENE QUE VER MARÍA DE NAZARET
CON LOS MEDIOS?

Colección “Cultura y sociedad”
Serie “Crónica blanca”

Michele Zanzucchi, coord.

¿QUÉ TIENE QUE VER MARÍA DE NAZARET CON LOS MEDIOS?

70 profesionales de la comunicación
comentan un texto de Chiara Lubich

FUNDACIÓN
CRÓNICA!BLANCA
JÓVENES COMUNICADORES


Ciudad Nueva

Título original:
Tutta rivestita di Parola.
Il mondo della comunicazione si specchia in Maria

© 2011, Città Nuova Editrice
Via Pieve Torina, 55 - 00156 Roma

© Fundación Crónica Blanca

© 2011, Editorial Ciudad Nueva
José Picón, 28 - 28028 Madrid
www.ciudadnueva.com

Traducción: *Anabel Santaolalla, Javier Rubio*
Diseño de cubierta y maquetación: *Antonio Santos*

ISBN: 978-84-9715-240-2
Depósito legal: M-xxxxx-2011

Imprime: Estigraf Impresores - Ciempozuelos (Madrid)

INTRODUCCIÓN

¿Qué tiene que ver María de Nazaret con los medios? Con esta pregunta, que parece provocativa, titulamos el primer libro de esta colección de la Editorial Ciudad Nueva con la Fundación Crónica Blanca, una iniciativa que tiene como fin crear comunidad, escuela y taller con jóvenes comunicadores para hacer un nuevo periodismo con mirada cristiana. Puede parecer provocativa, y lo es en el sentido original del término, pues pretende provocar otras preguntas inseparables de aquella: ¿existe un nuevo modo de hacer comunicación social derivado de esta nueva mirada?, ¿dónde podemos aprenderlo y «aprehenderlo»? ¿en qué referente personal, histórico, evocativo, universal y determinante? Las respuestas a estas preguntas darán sentido a esta colección y explicarán por qué empezamos precisamente por este, tan expresivo y sugerente. Vayamos por partes.

El beato Juan Pablo II respondió magistralmente a la inquietud vital que dio origen a la experiencia de Crónica Blanca al presentar, en el Jubileo de los Periodistas del Año 2000, «la convicción de que es posible ser auténticos cristianos y al mismo tiempo excelentes periodistas», convicción que a su vez responde a una sentida necesidad de la sociedad de la información, que condiciona la cultura de nuestro tiempo más que ninguna otra realidad. Y convicción que constituye el gran

desafío de dos generaciones consecutivas de jóvenes comunicadores, la «Generación Juan Pablo II» y la «Generación Benedicto XVI», marcadas por el «No tengáis miedo» del primero y por el «Cristo lo da todo y no quita nada» del segundo.

Este es el desafío de estos jóvenes, que están ya haciendo de la era de las comunicaciones una oportunidad para construir un mundo más unido, capaz de romper las barreras entre los hombres (sociales, étnicas, raciales, económicas, culturales). También las barreras digitales de un norte y de un sur cada día más separados por el desarrollo de las nuevas tecnologías, o las barreras de las cada vez más clausuradas agendas de la información, que impiden que sean los hombres, todos los hombres, los protagonistas del derecho fundamental que tienen a informar y a ser informados.

Pero esta nueva generación de comunicadores –a cuyo servicio, humildemente, desde Madrid, Alicante, o Buenos Aires, está la Fundación Crónica Blanca– necesita modelos de perfección inconfundible, de realización humana provocativa para un giro de 180° en el perfil del comunicador del siglo XXI; modelos de santidad, y no meros estereotipos de éxito profesional.

Por eso, como instrumento para hacer escuela de comunicadores al servicio de la verdad, la dignidad de la persona y el bien común, hemos querido comenzar esta colección mirando a María, modelo supremo del cristiano, de todas y cada una de sus vocaciones, y también modelo del comunicador social.

Para ello recurrimos a Chiara Lubich, una de las personas que mejor han entendido y revivido a María

en nuestro tiempo. Una mujer que, con esa sabiduría que el Espíritu Santo da a contadísimas personas con el don de un carisma para su tiempo, nos explicó qué significa que María sea, como dice el Vaticano II, «modelo de virtudes» para todos los cristianos y, sobre todo, «ejemplo» para la «regeneración de los hombres» (LG 65) que el mundo de hoy necesita. En María, Chiara Lubich ve a aquella que «calló. Porque no podían hablar dos. La palabra siempre ha de apoyarse en un silencio, como una pintura sobre un fondo. Calló porque es criatura. Porque la nada no habla. Pero sobre esa *nada* habló Jesús y se dijo a Sí mismo. Dios, Creador y Todo, habló sobre la nada de la criatura». Por otro lado, María «también habló. *Dijo a Jesús. Dio a Jesús*. Jamás nadie en el mundo ha sido un apóstol más grande. Y nadie ha tenido jamás palabras como las suyas, que *dio y dijo al Verbo*»¹.

¿Podría encontrar su referencia en María de Nazaret no sólo el comunicador profesional, sino también la humanidad del siglo XXI, envuelta en una globalización mediática y cultural antes que económica? ¿Podría María de Nazaret, como «tipo» de la vocación de todo cristiano, responder también en el mundo de las comunicaciones sociales al anhelo de Cristo de «que todos sean uno» (Jn 17, 20)?

En 2003 se celebró en Castelgandolfo un encuentro organizado por *NetOne*, plataforma internacional de

¹ CHIARA LUBICH, *María transparencia de Dios*, Ciudad Nueva, Madrid 2003, pp. 110-111.

profesionales e iniciativas en el ámbito de las comunicaciones sociales promovida por el Movimiento de los Focolares. En esa ocasión, su fundadora, Chiara Lubich, se dirigió a los 150 expertos en comunicación social de los cinco continentes allí reunidos con un discurso sobre «María y la comunicación». A aquellos expertos este tema les pareció una propuesta no sólo atractiva y sugestiva, sino sobre todo novedosa e inteligente.

Y el valor que otorgó a este tema aquel grupo internacional de expertos tal vez provocó que de ellos mismos naciese la idea de este libro, que reúne comentarios a los conceptos y a las ideas principales de aquel discurso, elaborados por ellos mismos y por otros requeridos para tal efecto. El resultado es una mirada positiva y propositiva de la comunicación social; un libro magistral e innovador para una nueva generación de comunicadores, pues al tiempo que toma distancia de los convencionalismos en boga sobre el oficio y la empresa mediática, señala el camino para renovar el modo con el que el profesional afronta, desde su propia humanidad y al servicio de la humanidad de sus receptores, el reto de una comunicación social, cuya finalidad no puede ser otra que «la comunión y el progreso entre los hombres y los pueblos»².

² PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, *Communio et Progressio*, Tipografía Poliglota Vaticana, Ciudad del Vaticano 1971, n° 1, p. 1. Texto oficial original en latín en: *Enchiridion Vaticanum*, Dehoniane, Bolonia 1971-1973, n° 4, pp. 498-617. Instrucción Pastoral sobre Medios de Comunicación Social preparada por mandato especial del Vaticano II.

MARÍA Y LA COMUNICACIÓN

Chiara Lubich

PREMISA

La providencia de Dios ha hecho que nuestro seminario de medios de comunicación se desarrolle durante el año que el Santo Padre ha querido dedicar a María, la Virgen dulcísima, la Madre del Verbo, de la Palabra hecha vida. Y desde hace meses la Iglesia Católica le está ofreciendo en todo el planeta iniciativas de lo más variado para darle gloria.

También nosotros, en el Movimiento de los Focolares, hemos tenido la íntima alegría de elevarle una alabanza muy especial al organizar en este mismo centro un congreso inolvidable dedicado totalmente a ella. En esa ocasión los propios medios de comunicación han revelado una vez más su extraordinaria capacidad de multiplicar el bien, pues transmitieron durante tres días seguidos el congreso en directo.

Y esto nos dio una gran alegría, porque existe una relación muy particular entre María y nuestro Movimiento, que anhela ser —en la medida de lo posible— una presencia suya en la tierra, casi como su prolongación.

Y si en los 60 años de historia del Movimiento, ella nos ha manifestado muchas facetas de su excelso designio como criatura singular engarzada de un modo exclusivamente suyo en la Santísima Trinidad, esperemos que ahora nos abra alguna rendija de luz en este congreso de NetOne.

JESÚS ABANDONADO

Hace tres años habíamos fijado especialmente nuestra atención en el misterio terrible y fascinante del grito de Jesús crucificado: «Dios mío, Dios mío, ¿por qué me has abandonado?» (Mt 27, 46).

El gran comunicador que había encandilado a las multitudes, ahora era no solamente traicionado e ignorado por los suyos, sino abandonado incluso por su Padre, cuya relación con Él siempre lo había sostenido. ¿Qué había sucedido? Habiendo asumido nuestros pecados, nuestros límites, nuestros errores, nuestra separación de Dios y de los demás hombres, se había ofrecido para experimentar él mismo similares condiciones, y así curar en nosotros la herida de aquella gravísima desunión.

Y gritó. Gritó ante el abandono de su Padre; pero a pesar de ello, con un esfuerzo sobrehumano, se volvió a abandonar en el Padre y de este modo pagó por nuestras infidelidades y nos volvió a unir como hijos al Padre y como hermanos entre nosotros. Y de ese modo actuó como divino Mediador (*medium*) y comunicador.

LA DESOLADA

Al igual que Jesús, también María tiene su cénit: su desolación, su abandono. Es la Desolada. Cuando Jesús le señaló desde lo alto de la cruz a Juan, que nos representaba a todos nosotros, y le dijo: «Mujer, ahí tienes a tu hijo» (Jn 19, 26), esas palabras le sonaron como una sustitución. María pasó por la prueba de perder a Jesús no sólo porque Él estaba muriendo, sino también porque otro toma su lugar. Y aceptó. Con este nuevo *fiat* al pie del Calvario renuncia a Jesús, y así se convierte en madre de todos nosotros, con lo que adquiere la maternidad de innumerables hombres.