



- ◆ Trabajo realizado por la Biblioteca Digital de la Universidad CEU-San Pablo
- ◆ Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de investigación y docencia, de acuerdo con el art. 37 de la M.T.R.L.P.I. (Modificación del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 7 julio del 2006)

CAPÍTULO 19

INFORMACIÓN RELIGIOSA ESPECIALIZADA

por JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA

Introducción

A la hora de abordar el estatuto epistemológico de la comúnmente denominada Información Religiosa Especializada (IRE), dentro de la Teoría General de la Información Periodística Especializada (IPE), no podemos obviar algunos horizontes previos sobre naturaleza contextual y hermenéutica de las relaciones entre los medios y el fenómeno religioso, o entre los medios de comunicación y la Iglesia. Siempre dentro de una comprensión de la IPE tal y como la entiende y define J. Fernández del Moral (1991, 766): «Aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio que ofrezca una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de cada audiencia atendiendo a sus intereses y necesidades.»

Antes de adentrarnos en una exposición sistematizada de la IRE, tendríamos que advertir el escaso desarrollo teórico, y la consiguiente ausencia de investigación, dentro de esta parcela de conocimiento periodístico. Son muy pocas las referencias a la IRE en los clásicos Manuales de IPE, así como contadísimas las publicaciones, en lengua castellana, sobre esta materia. A lo sumo nos encontramos alguna referencia significativa en la bibliografía especializada de los años setenta, como queda patente en el elenco aportado por F. Esteve Ramírez (1997, 123-149). En el ámbito eclesial son dignas de mención dos referencias ineludibles: la ponencia inaugural de Antonio Montero en la Escuela de Periodismo de la Iglesia, en 1969, bajo el título «La información religiosa en sus vertientes teológica y periodística» y la celebración de las primeras, y únicas, jornadas de informadores religiosos en 1980, bajo la tutela del ya desaparecido Instituto Inter. Y todo este marco en un momento en el que, al menos en Estados Unidos, se desarrolla, según el Center for Media and Public Affairs y el Ethics Public Policy Center, un aumento en la cobertura mediática de la información religiosa. Según las citadas investigaciones realizadas sobre el universo de los últimos treinta años, en las cadenas televisivas ABC, NBC y CBD; en los periódicos *New York Times* y *Washington Post*;

y en las revistas *Time*, *Newsweek* y *U.S. News & World Report*, de un total de 2.365 historias y reportajes de carácter religioso, se da la siguiente curva de resultados: 833 en los años setenta; disminuyendo a 488 en los ochenta; y aumentando a 1.044 en los noventa. En las coberturas televisivas se dio un aumento del 28 % para la religión católica; y de un 12 % para la judía.

Furrio Colombo (1997, 112), en sus noticias últimas sobre periodismo, ha escrito que: «La noticia religiosa es importante de la misma manera que es importante la religión. Así pues, está destinada a ocupar espacio y atención. Tiene, por lo menos, el mismo relieve y la misma frecuencia que las noticias científicas. Pero como los líderes religiosos extienden inevitablemente su atención al campo social y, en cualquier caso, al precepto de actuar, es inevitable que la noticia religiosa adquiera también un carácter político y aparezca —si no estrechamente mezclada— con las declaraciones de otros líderes y las posiciones de grupos no religiosos.»

La IRE es entendida, en el común de la doctrina de la IPE, como una subárea dentro del área de sociedad. Recordemos que para la profesora Mar de Foncuberta (1997, 21), las condiciones para que se de un área de IPE son las siguientes: «Una coherencia temática: un área de contenidos periodístico especializado trata de determinadas parcelas de la realidad y construye, en consecuencia, un temario coherente; un tratamiento específico de la información que implica: a) construcción de textos coherentes; b) fuentes de información específicas (lo cual no impide que sean plurales); c) una pretendida coherencia con el segmento de la audiencia al que va dirigida (sea cual sea el nivel de especialización), lo cual implica la adopción de códigos comunes, y d) periodistas especialistas en el campo específico de que se trate el área, capaces de sistematizar la información y contextualizarla en un determinado ámbito del discurso periodístico.»

El profesor Héctor Borrat (1993, 83) insiste en que se puede categorizar como «una manera de producir textos periodísticos caracterizada por: 1) la coherencia interna de esos textos; 2) la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad, y 3) la pertinencia de los conceptos, las categorías y los modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogidos, el tipo de periódico donde esos textos se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen».

Coherencia temática y tratamiento específico, un proceso en la IRE que ha sufrido una mutación en su ubicación mediática específica, fundamentalmente en los impresos, y que ha roto prácticamente, en los últimos años, con la tradición periodística española que tenía a gala incluir como área específica la denominada «religión» hoy recluida e inserta en el área de sociedad. El que fuera durante muchos años redactor religioso de *La Vanguardia*, Jordi Piquer, reflexionaba sobre el hecho de la aparición de una explícita sección de «religión» en los periódicos (1981, 76): «Se puede constatar a veces opiniones en contra, en el sentido de que es hacer de la religión un ghetto y precisamente porque la religión está en la vida y en los hechos ha de incluirse en las páginas centrales. Hay pros y contras. Entre los “contras”, además del citado, que tiene un carácter de razón de principio, hay que señalar que es posible que muchos lectores se “salten” la página religiosa [...] Pero a mi entender predominan las razones a favor: la garantía del espacio tipográfico, sea poco

o mucho; de lo contrario, la religión pasa a ser con facilidad material de ajuste y, como hay más informaciones que papel disponible, lo que ocurre es que se queda en la rotativa... Otra razón a favor es que es de fácil localización, lo cual permite que el lector no interesado "la pase", pero al interesado le permite la localización rápida de o religioso.»

La inclusión en el área de sociedad se generaliza en un momento en que los especialistas insisten, aún hoy, en la carencia de estructuración del área de sociedad. Así, Monserrat Quesada (1998, 60): «Es el área menos estructurada hasta el momento. En torno a ella se agrupan temas de educación, consumo, medicina, medio ambiente, ciencia, justicia, policía, tribunales, religión, medios de comunicación, población, catástrofes [...]». O Muñoz Torres (1997, 38): «Sociedad: a falta de mejor denominación, este bloque recoge informaciones sobre asuntos relativos a la situación social de la mujer, la educación, la religión, los sucesos, la vida privada de las personas públicas.» A este proceso no le es ajeno la presión o empuje informativo de nuevos núcleos de preocupación social como es el referido a la mujer, a la marginación, al tercer mundo, a la ecología, que configuran la nueva comprensión y delimitación de lo social. Tampoco le es ajena la supuesta pérdida de relevancia pública de la religión, y la pretensión de su reclusión al ámbito de lo privado.

Por tanto, no es éste un cambio, o evolución, accidental y dependiente sólo de la organización del trabajo redaccional y de la influencia de la aplicación de las nuevas teorías del periodismo social, de servicios y su reflejo en el diseño gráfico. Responde a una más profunda comprensión de la definición de la función del fenómeno religioso, generalmente institucionalizado, y de las relaciones de éste con los medios.

1. Horizontes hermenéuticos: definición de religión y cambio comunicacional

1.1. EL HECHO RELIGIOSO Y ECLESIAL

Se da un primer horizonte hermenéutico con el que nos encontramos, en la función conectora de la IPE, referido a la definición de religión y de la comprensión pública del fenómeno religioso en la sociedad dentro del ámbito de relación entre cultura y comunicación.

Respecto a la definición de religión, o de lo religioso, debemos recurrir a la moderna sociología de la religión para que nos ayude a profundizar en ese conjunto interrelacionado de doctrina, sentimiento y rito socialmente institucionalizado. Harry M. Janson definía la religión como un sistema más o menos coherente de creencias y prácticas referidas a un orden sobrenatural de seres, lugares, objetos, fuerzas o entidades, que ejercen casualidad directiva sobre el comportamiento privado y público de sus adherentes. En el hecho religioso, y en su repercusión informativa, se dan una serie de vectores comunes a toda forma explícita de religión institucionalizada. Como nos recuerda Gerardo Pastor (1992, 17), para Charles Glock, hay cinco dimensiones básicas de toda religiosidad:

- Experiencia de realidades últimas, vivencia de lo divino o contactos con lo universal.
- Asentimiento fiducioso a determinados enunciados no-evidentes.
- Prácticas rituales.
- Saber religioso (místico, teológico o metafísico).
- Deber-ser ético o consecuencias comportamentales.

Gerhrard Lensky utilizó cuatro indicadores de religiosidad:

- Participación ritual.
- Creencia religiosa u ortodoxia tradicional.
- Experiencia religiosa o devocionalismo.
- Asociacionismo en sus componentes actitudinales como grupales.

Otro aspecto importante, para nosotros, es la dimensión organizada del hecho religioso. Según la teoría del sociólogo Michael Harrison, nos encontramos con los siguientes elementos en toda religión organizada que nos ayudarán a la comprensión del objeto de la IRE:

— Todas las manifestaciones de conducta en los grupos religiosos, incluidos los actos expresivos de oración, culto y sacrificio, son racionales en el sentido de que están orientados a la consecución de fines. La acción colectiva de los grupos religiosos está sujeta a aquellas leyes racionales que afectan a cualquier organización social o política; en definitiva, a los mismos procesos de institucionalización, burocratización, especialización y división del trabajo que rigen en la sociedad civil.

— La acumulación de recursos materiales es crucial, incluso para el sostenimiento de acciones o finalidades espirituales. Los grupos religiosos siguen, por tanto, las leyes de aprovisionamiento-administración-productividad.

— Para la consecución y conveniente distribución de recursos, todo movimiento religioso debe desarrollar una organización, e institucionalizar unas funciones, capacitándose así para afrontar la hostilidad e indiferencia públicas.

La importancia, en este terreno, de la sociología de la religión pasa por su contribución al conocimiento de la Iglesia como institución en la historia y como comunidad que transmite a partir de un carisma fundador (definición sociológica de Iglesia). Este estudio se debe hacer desde una doble perspectiva, que está presente en la IRE: con una valoración cuantitativa descriptiva de la institución, de sus ritos, de la pertenencia de sus miembros, de sus categorizaciones, de su práctica, de sus opiniones; y con una valoración cualitativa —más compleja pero más real a la hora de una certera comprensión especializada— a partir de narraciones vitales, diálogos en profundidad, hechos concretos vividos que manifiesten el estilo de vida y el sentido de la pertenencia. Aunque no debemos olvidar lo que ya señaló D. Bonhoeffer (1969, 156) en su tesis doctoral sobre la sociología en la Iglesia: «Creo que la estructura comunitaria de la Iglesia cristiana sólo podría abrirse a una comprensión sistemática con la ayuda de la filosofía social y de la sociología. Este trabajo no

entra dentro de la sociología de la religión, sino que tiene carácter dogmático. La cuestión de una filosofía social y una sociología cristiana es auténticamente dogmática, porque sólo puede ser respondida desde el concepto de la Iglesia.» Quizá toque preguntarnos si una concepción de la IRE sólo es posible desde un concepto de fe y de Iglesia, que nos llevaría a un presupuesto previo totalizante y «sustantivo» de la IRE. En la medida en que la fe afecta a todos los ámbitos de la vida, y la información no tiene más límites que los del hombre y su dignidad, se podría hablar de una perspectiva de tratamiento de la información, como fenómeno social, en sí misma religiosa. Otro tipo de información, también religiosa, sería el «adjetivo» que definiría la IRE como la información que tiene como protagonista a la religión institucional y a sus procesos privados y públicos, y que estaría más sometido a las normas de la producción informativa de carácter institucional.

1.2. COMPLEJIDAD DEL CONTEXTO COMUNICATIVO

El segundo horizonte previo apuntado es el del cambio en el paradigma informativo, en el contexto de la denominada revolución informacional, y que afecta decisivamente a nuestra comprensión de la IRE. Una revolución que hoy se denomina «informacional», en una sociedad descrita como sociedad de la información, de la complejidad, o/y digital. Una sociedad que algunos han denominado la sociedad de la «perplejidad informada», en tiempos de crisis. Para Enric Saperas (1998, 31), la sociedad de la información es «una estructura económica y de vida cotidiana que integra todo tipo de información como principal fuente de creación de riqueza, de producción de conocimiento, de distribución de mensajes y, finalmente, de estrategia para la toma de decisiones».

La sociedad de la complejidad se caracterizaría por ser un sistema social que evoluciona a impulsos de la dinámica de cambio estructural que tiende a aumentar la complejidad del mundo social y de los diversos sistemas particulares que lo integran, parafraseando a Niklas Luhmann. Respecto a la complejidad de nuestra sociedad no debemos olvidar lo que decía K. Popper: cuando estamos inmersos en procesos históricos y sociales de cambio, los acontecimientos y las situaciones vividas, incluso los efectos reales, reflejan muy poco las intenciones de los protagonistas.

Y, por último, la sociedad digital que hace referencia a un avance tecnológico de amplia implantación en la vida de los ciudadanos. De ahí que Manuel Castells insista en el paradigma informacional, para definir nuestra sociedad y determinar nuestra cultura, que tiene las siguientes características:

— La materia prima es la información.

Pero, ¿qué información?, nos preguntamos nosotros. Acaso la del relato de C. S. Lewis que afirmaba en su poema «La piedra»: «¿Dónde está la Vida que hemos perdido viviendo? / ¿Dónde está la sabiduría que hemos perdido en conocimiento? / ¿Dónde está el conocimiento que hemos perdido en información?»

- Las nuevas tecnologías con sus efectos sobre nuestra existencia individual.
- La lógica del sistema es la de una complejidad de la interacción creciente.
- Se trata de un sistema flexible no sólo por lo reversible sino por la capacidad de reordenación de los componentes.
- Se produce una convergencia de las distintas tecnologías en un sistema altamente integrado.

Lyotard clasificó el valor del saber en las distintas épocas según sus respectivos fines:

- A la preocupación clásica sobre el conocimiento le importa la verdad. La verdad se definía de un modo realista. La verdad era un fin en sí misma. El mundo se habría a la contemplación del hombre, tal y como es.
- Para el idealismo ilustrado, la finalidad del saber es de índole ética.
- La sociedad industrial aprecia el saber de forma pragmática y utilitarista, el *know-how*. ¿Qué se puede hacer con el saber para que sea útil? En otro orden, es necesario pasar del paradigma de la certeza al paradigma de la verdad, como señala MacIntyre. Los medios nos fascinan con la búsqueda de la objetividad, cuando lo relevante es la búsqueda de la verdad. En la certeza lo prioritario es tener un método para que nos ayude a desvelar la realidad. Si utilizamos el método adecuado, y lo ponemos al alcance de todos, entonces tendremos el conocimiento objetivo. El mundo es susceptible de ser transformado por la tecnología, podremos dominar la naturaleza y ponerla al servicio de la liberación del ser humano. Sin embargo, el paradigma de la verdad nos habla de que no podemos alcanzar los fundamentos de la verdad automáticamente, por la mera aplicación de un método racional. Debemos imbuirnos de la tradición del pensamiento, y de la apertura a la trascendencia de la realidad.

Desde este contexto debemos analizar los presupuestos de relación entre la lógica de los medios y la lógica de la Iglesia a la hora de apuntalar con claridad los principios de una correcta IRE y de enfrentarnos, por ejemplo, a la disonancia de los criterios generales de noticiabilidad frente a los fenómenos religiosos, lo que conduce a un reduccionismo inaceptable por parte de los miembros de la Iglesia, y difícilmente explicable por parte de los productores de la información.

2. La IRE como síntesis de la dialéctica entre la lógica mediática y la lógica eclesial

El principal escollo a la hora de desarrollar los fundamentos de la IRE es la carencia de un acuerdo o consenso teórico, que no práctico, respecto a la definición, contexto y proceso de la información en las relaciones entre Iglesia y medios. Ineludiblemente habría que remontarse a la historia para entender que no siempre la Iglesia y los medios han mantenido buenas relaciones. Antonio Montero (1969, 6) señalaría que: «Desde que en el siglo XVIII y, sobre

todo, a lo largo del siglo XIX nacen los periódicos de masas, discurre paralela entre los católicos la preocupación por el "apostolado de la prensa" que canaliza en tratados metodológicos sobre la difusión de las buenas lecturas y la neutralización de las malas. Interesaban entonces más los aspectos ideológicos que los informativos y se sentía mayor urgencia por contrarrestar el error que por descubrir a los hombres la vida de la Iglesia. No es que esto se omitiera, pero quedaba preferentemente circunscrito a las revistas religiosas de circulación intraeclesial, y aun en éstas perdura todavía la preponderancia de lo que se llama formativo, entendiendo por ello ideológico e intemporal, sobre lo propiamente noticioso.»

Pero el principal problema radica en la lógica de la naturaleza y procesos de la producción de la información, tal y como hoy la entendemos. Una cuestión que ya se planteó Antonio Montero en su largamente citada lección (1969, 15): «¿Qué escollos se tercian en el camino para el recto ejercicio de un menester tan noble, la información religiosa? Por de pronto, todos los que son comunes a la labor informativa en cualquier campo: política, deporte, sucesos, tribunales. Hay que conocer los hechos con precisión, enjuiciarlos con criterio recto, difundirlos con intrepidez y buen oficio periodístico. Todo ello con la rapidez reclamada por el cliente y constitutiva de la actividad periodística. Pero el informador religioso puede dar pasos en falso si adopta, por principio una de estas orientaciones:

- a) aplicar a la información y opinión en el seno de la Iglesia los módulos que rigen, por ejemplo, en la información política de una sociedad democrática, dando por supuesto que Estado e Iglesia son dos instituciones análogas, aunque con diferente contenido.
- b) Excluir por principio a la información y a la opinión en el seno de la Iglesia de las leyes intrínsecas del fenómeno informativo, olvidando la naturaleza visible, histórica y social de la religión cristiana.»

Joaquín Navarro Valls, director de la Sala de Prensa de la Santa Sede ha especificado y actualizado esta dialéctica, en un reciente Congreso (2002, 19): «Por una parte, la lógica de los medios con sus límites estructurales: la absolutización del presente, la simplificación de lo real, la exasperación de los contrastes, la espectacularización de lo que narra. Por otra parte, el mensaje que proviene de la fe con su temporal atemporalidad; su complejidad formal; con aquella particular connotación en donde cada parte tiene que ver con el conjunto —donde *tout se tient*, dirían los franceses—. A esta confrontación de lógicas se añade, frecuentemente, la incapacidad para distinguir entre teología, catequesis e información. Son tres categorías distintas. Las tres son susceptibles de un tratamiento periodístico. Pero lograrlo con las dos primeras exige una no frecuente habilidad tanto por parte de la Iglesia —o quien por ella comunica— como, sobre todo, por el periodista que elabora el producto final —la noticia— de la comunicación comercial.»

No podemos obviar que la comprensión de los medios está influida por el rol que ejercen en el juego social. No en vano, a los medios les es muy permeable una comprensión de la realidad social como un proceso de superación de conflictos en orden a un progreso como forma de contínuum en la

búsqueda del orden democrático y del bienestar social. El periódico se constituye, como nos ha recordado H. Borrat (1989, 36), como actor social en la resolución de conflictos y generaliza esta metodología con cuantas realidades institucionales se encuentre. A la hora de abordar los procesos internos, y las consecuencias externas de esos procesos, en la vida de la Iglesia, la categoría fundante de la Iglesia no es el conflicto, sino la comunión, con lo que se da un desfase interpretativo que suele generar un clima de sospecha.

También hay que tener muy presentes los límites y riesgos de nuestra concepción de periodismo y de información que, en lo que a la IRE le afecta, serían: el riesgo de ofrecer una visión parcial, artificial y superficial de la realidad, efecto de un proceso de simplificación, mediante la acumulación de hechos sin sentido, redundantes, heterogéneos, trivializados, fragmentarios, en un contexto de idolatría de la actualidad, o presentismo, en el que, además, se sacraliza la opinión y se construye un marco idóneo para la verificación del poder ideológico y económico dominante. Y no son menos los efectos negativos causados por la asimilación acrítica de ciertas rutinas de producción o modos de hacer que se han ido consolidando en el ejercicio profesional. Como ha señalado D. Contreras (2001, 108), después de un estudio cuantitativo de la información religiosa en varios periódicos internacionales, durante los meses de febrero y marzo de 1998, «se comprende por qué algunos sostienen que los valores noticiosos usuales en periodismo no son precisamente los más idóneos para enfocar fenómenos de naturaleza religiosa. El querer amoldarse a esos valores produce que a veces se acabe violentando la misma realidad. En este sentido, del análisis de los textos que integran nuestro estudio hemos detectado algunos mecanismo a los que se suele recurrir para producir o incrementar el valor noticioso de determinados eventos, declaraciones, etcétera. Entre estos procedimientos figuran la yuxtaposición forzada (crear una relación entre elementos que no están relacionados), la focalización forzada (en los casos en que se fija la atención en un aspecto marginal, que no sirve para explicar el conjunto), la amplificación (exagerar un aspecto) y la descontextualización (presentar un hecho sin las claves que ayudan a su comprensión, tal vez por temor a que esas claves quiten «impacto» a la noticia)».

Estos hechos configuran un especial clima de sospecha en los agentes del proceso de información que pudiéramos sintetizar en un elenco de acusaciones mutuas entre la Iglesia y los medios:

Las quejas de los medios:

— Carencia de transparencia informativa en los asuntos de Iglesia. La norma sería el secretismo y la ausencia de una política de publicitación de informaciones, más allá de las que le interesan en la clave doctrinal-catequizadora. Mark Silk señala que a ninguna institución le gusta ver publicados sus pecados; sin embargo, cuando se trata de la religión, existe el uso no sólo de condenar sino de demonizar a los portadores de las malas noticias.

— Reticencia a comparecer en los medios causado por la insuficiente comprensión de sus procesos y sus reglas profesionales. Señala N. González Gaitano (2001, 43): «Esa visión ingenua de los medios de comunicación se manifiesta en las oscilaciones del juicio conjunto sobre ellos, de la condena en bloque a la exaltación simplista de estos medios como “dones de la Provi-

dencia para nuestro tiempo". En el segundo caso, por ejemplo, se encuentran muchos "operadores pastorales de la comunicación" que se han lanzado a la compleja olla de la comunicación social produciendo una jerga "mediático-ecclesiológica" que pocos entienden. Teólogos frustrados o aprendices de periodistas. Eso sí llenos de buena intención, se visten con plumas prestadas para acercarse a un mundo que desconocen manifestando así no sólo ignorancia, sino ingenuidad.»

- Resistencia a la autonomía de los medios.
- Escasa aceptación de la crítica de la Institución y de sus miembros.

Las quejas de la Iglesia:

— Falta de competencia y de profesionalidad a la hora de tratar los asuntos religiosos. No hay periodistas especializados en temas religiosos y eclesiales. Es ésta una acusación que no sólo se circunscribe a este proceso informativo. También suele hacerse desde los ámbitos de la ciencia o de la información social. Recordemos que para Dorothy Nelkin (1995), la información sobre ciencia y tecnología tenía las siguientes características: informaba a partir de un pre-judicio de admiración; la dependencia de los informadores con respecto a las fuentes hacía que nos encontráramos con una cierta homogeneidad y redundancia; el presentismo y el afán por las novedades; y el problema del criterio equilibrado que hace que cuando exista una controversia, la forma objetivista lo resuelva con el hecho de recoger todas las opiniones, con lo que se mete en el mismo saco las que son fundamentales y las insustanciales.

- Tendencia a simplificar y usar esquemas políticos en todo y para todo.
- Propensión a exaltar lo marginal, lo pintoresco, lo esotérico, lo heterodoxo.
- Prepotencia de los medios que difícilmente aceptan las rectificaciones o correcciones.

Teniendo muy presente este contexto, D. Contreras (2001, 111-113) ha elaborado una tipología de diarios en función de cómo enfocan la información sobre la Iglesia católica:

1. Radical programático:

Tiene una actitud hostil hacia la religión católica que se manifiesta en todos los géneros de la publicación. En los titulares predominan los aspectos negativos y críticos. Intenta presentar a la Iglesia como una institución que no está a la altura de los tiempos, que se ha quedado anclada en el pasado y que no contribuye al progreso social.

2. Radical ilustrado:

Intenta mostrara una pluralidad de puntos de vista sobre el hecho religiosos y sobre la Iglesia. Es laicista y considera que contribuye, con su infor-

mación y opinión, al progreso inevitable de la Iglesia para colocarla a la altura de los tiempos.

3. Libertario:

El criterio es la frivolidad y lo morboso de la religión y de la Iglesia. Tiene una agenda a la hora de abordar las cuestiones religiosas y se fija en los temas de moral desde una constante crítica a la propuesta moral de la Iglesia.

4. Ómnibus:

Es más abierto y permeable que el ilustrado a la hora de presentar las informaciones religiosas y los artículos de opinión sobre esta materia. Está interesado por llegar a todo tipo de público lo que le hace evitar posiciones radicales. Depende más de la percepción que de estos fenómenos se tenga en el momento de la decisión y enfoque de la publicación del texto.

5. Contextualizado:

No es inmune a las tendencias anteriores pero mantiene una sintonía de fondo con la visión cristiana de la existencia, con el humanismo cristiano. Contextualiza la información de la Iglesia, de la que tiene abundante tradición en la historia de su medio. Manifiesta una cierta cohesión en las líneas informativas y de opinión.

Esta tipología incide en la plasmación de la organización y presentación de la IRE en las páginas de los periódicos. Nos encontramos con tres tipos:

1. Periódicos que mantienen una explícita sección religiosa amplia, casi diaria.

2. Periódicos que presentan la información religiosa dentro del área de sociedad, en desigual proporción de inserción e impactos y de frecuencia en función de los temarios generales.

3. Periódicos que al margen de las inserciones generales dedican algún espacio a la IRE en días señalados de la semana, generalmente los domingos. Esta costumbre está más generalizada en la prensa local y regional.

Por lo que se refiere al tratamiento de la IRE en los diversos medios debemos seguir hablando de un predominio de inserción de este temario en la prensa escrita, que marca la pauta en los medios audiovisuales. Como ha señalado recientemente Francis J. Maniscalco, director de la Oficina de Comunicación de la Conferencia Episcopal de Estados Unidos (1998, 84): «Por lo que se refiere al tratamiento de los temas de religión, existe una gran diferencia entre el mundo de la prensa escrita y el radiotelevisivo. En estados Unidos, los periódicos tienen una larga tradición de periodistas especializados en información religiosa, mientras que la radio y la televisión cuentan sólo con periodistas "generalistas". El resultado es que los periódicos parecen ofrecer un mejor tratamiento a este tipo de noticias.»

3. Elementos para la configuración de la especialización en información religiosa

El interés por la religión y, más en concreto, por la vida de la Iglesia es concebido en los medios informativos como un servicio al lector, aunque sea aprovechado por la Iglesia como respuesta a una ineludible ley de la naturaleza pública de esta institución. No en vano, socialmente, lo que no aparece en los medios no existe. Siguiendo la más consolidada metodología de análisis en la ciencia periodística especializada, nos detendremos en cuatro elementos de la configuración de esta realidad temática y tematizada: Historia, fuentes, perfil del profesional y el lenguaje.

3.1. HISTORIA

En términos generales, el «boom» de la información religiosa lo constituye el pontificado de Juan XXIII y la posterior celebración del Concilio Vaticano II, según los estudios de G. Costa (1999) y G. Zizola (2002). Antes, los periódicos solían publicar avisos y noticias sobre los cultos religiosos, las exhortaciones pastorales de los obispos, los comentarios litúrgicos y homiléticos, los mensajes pontificios, algún que otro suceso relacionado con las personas de Iglesia, y poco más. En nuestro país fue muy importante el contexto y el texto de la discusión de las sesiones conciliares que generó una marea de páginas especiales que sirvieron de posterior modelo a la articulación de la información religiosa en los periódicos diarios. Como señaló J. L. Martín Descalzo (1980, 120): «El Vaticano II produjo simultáneamente varios efectos:

- a) Nos descubrió a los católicos la existencia del alta mar, nos recordó que, sin abandonar a los católicos —yo no rechazaré nunca a la prensa católica como tal—, también nos interesaban los otros: el hombre de la calle, los no creyentes, los que compran el periódico para seguir la política o los deportes.
- b) Descubrió al mundo “neutro” el interés por lo religioso. La Iglesia se volvió noticia. Lo que pasaba en la Iglesia “vendía”.
- c) Descubrió a los católicos que junto a la verdad abstracta, a los dogmas, estaban los “signos de los tiempos”, había una verdad histórica, una comunidad que se realizaba caminando. Junto a las ideas eran también importantes los hechos. Todo ello: dirigió los ojos de la Iglesia hacia el acontecimiento; dirigió los ojos del mundo hacia la Iglesia y los religiosos.»

No debemos olvidar que en España existe un modo específico de hacer información religiosa en los diarios de información general dependientes, en su estructura de propiedad, de la Iglesia católica. Nos referimos a la tradición periodística de la Escuela de *El Debate*, el *Ya* y los diarios regionales de EDI-CA, en donde se conjugaba la que hemos denominado concepción sustantiva de la IRE con la adjetiva.

El Concilio generó más que una afluencia cuantitativa de informaciones una perspectiva cualitativa como marco de interpretación de esta realidad,

que continúa hoy en nuestros periódicos. En 1964, el Instituto de Opinión Pública hizo un amplio y mensurado estudio sobre el contenido de los periódicos españoles analizando también la información religiosa. El resultado, en el tiempo del segundo año del Concilio, era el siguiente: «Exceptuando *El Correo Catalán*, que, en una sección fija llamada “Vida religiosa”, generalmente en la segunda página, alcanza un cuatro por ciento, en todos los demás periódicos no sobrepasa el dos por ciento.»

No es menos cierto que esa época anticipa ya, en el orden social y eclesial, el proceso de transición política y periodística que ha marcado algunos acentos a la IRE, como son la excesiva dependencia de una concepción de la influencia social de la Iglesia a la hora de valorar el carácter noticiosos de las informaciones eclesiales, o la configuración peculiar del perfil del informador religioso que, ante la despreocupación generalizada de los profesionales del periodismo, ha caído este ámbito en manos de ex sacerdotes y/o religiosos, o clérigos en activo, que más que utilizar las leyes y rutinas generalizadas de producción de la información, intencionalmente, utilizan este tipo de información para sus propios beneficios y estrategias dentro del ámbito eclesial, con la consiguiente deslegitimación de estas informaciones ante los propietarios y directores de medios.

El llamado «retorno de lo religioso» y el pontificado de Juan Pablo II, con su popularidad y su ineludible atracción mediática, ha marcado significativamente el panorama de la información religiosa. Para Juan Pablo II, los medios forman parte del entramado constitutivo de la sociedad actual y de la cultura. La presencia de la Iglesia, de su vida, de sus acciones, hay que entenderla desde una comprensión de la necesaria recuperación antropológica y de validación de la viabilidad y modernidad de la fe en nuestro tiempo. La sala de prensa de la Santa Sede ha sido un instrumento relevante para el cumplimiento de esta presencia. Para G. Zizola (2002, 56): «La Sala de Prensa de la Santa sede se ha convertido en una institución que funciona según los mejores resultados de la ciencia política de la comunicación y de la filosofía de las elites en el poder: después de muchos años de presiones de los periodistas, y de tensiones, ha adoptado los procedimientos y las reglas de la moderna comunicación, como son el embargo, la conferencia de prensa, las comunicaciones *off-the-record*, los *briefing*, etcétera.»

3.2. FUENTES

3.2.1. *Principios de relación con las fuentes*

Si hay proceso determinante en la especialización es el de la relación con las fuentes. Como señala S. Chimeno (1997, 44): «La especialización, en relación a la fuente y sus contenidos, supondrá en síntesis, que el periodista profesional, al amparo de su cualificación, ejercerá un iniciativa y un control razonables de la información en este punto del proceso comunicativo. Se trataría, sobre todo, de conectar cada audiencia, en razón de sus necesidades, expectativas e intereses concretos, con los contenidos de cada fuente en el nivel adecuado de capacidad que éstos tienen para satisfacerla.»

En el desarrollo de la IRE nos encontramos con un presupuesto previo a la clasificación de las fuentes, que nos ayuda a entender cómo la Iglesia se comprende así misma en su rol de fuente: las bases de relación entre Iglesia y opinión pública.

Parafraseando a J. L. Martín Descalzo (1972, 435), estableceríamos los siguientes criterios:

— Los fieles tienen derecho a conocer todo aquello que es necesario o conveniente para su incorporación real a la vida de la Iglesia, para sentirse verdaderos miembros suyos, para poder participar con completo conocimiento de causa en los problemas concretos que la Iglesia atraviesa.

— La norma de la Iglesia debe ser la información y la excepción, la limitación de la información, de modo que se extienda la información a todo lo posible y el secreto a sólo lo estrictamente necesario.

— En caso de duda prima la regla sobre la excepción, es decir, la información sobre el secreto; es la necesidad del secreto lo que ha de ser probado absolutamente. Esto es especialmente necesario teniendo en cuenta de que si el mal producido por una información excesiva es visible, el mal producido por un excesivo secreto no es visible, pero realmente desvitaliza a la comunidad.

— Los que no son miembros de la Iglesia participan de esta regla de la información en la medida en que consideran a la Iglesia una institución que produce un beneficio a la sociedad, teniendo presente siempre la naturaleza específica de la Iglesia y de sus formas de actuación y presentación públicas.

La extensión de este derecho abarcaría todo lo relacionado con la vida concreta de la Iglesia:

— Lo referente a la vida sacramental y la evolución de sus formas.

— Cuanto atañe a la profundización de la fe y los resultados de los nuevos estudios e investigaciones.

— Cuanto atañe a las relaciones con la sociedad y los estados de opinión pública.

— Cuanto atañe a los problemas que atraviesa la Iglesia sobre la vida de sus miembros.

Los límites se encontrarían en:

— El bien concreto de la comunidad en cuanto que ciertas noticias pueden dañar la fe de las personas o sus costumbres.

— El papel de libre y plena decisión que le corresponde a la Jerarquía, sin que en esta decisión tenga ninguna entrada la opinión pública.

— El derecho al honor, la intimidad, la fama, la presunción de inocencia de las personas en todos los aspectos de la vida de la Iglesia.

Un modelo básico de sistematización y clasificación de las fuentes tiene muy presente la naturaleza de la estructura jerárquica de la Iglesia como modelo organizativo, en las dos dimensiones o niveles: universal y particular. Respecto a la Iglesia universal nos encontramos con el Papa y la Santa Sede,

que frecuentemente son objeto informativo en el orden de las áreas de internacional. El otro nivel es el de las iglesias particulares, las diócesis, que son el primer y principal referente de la IRE, pese a que existe un nivel intermedio, el de la Conferencia Episcopal, que ha evolucionado desde una estructura de coordinación hasta convertirse en un referente continuo en los medios. Y, en este sentido, habría que aclarar que la Conferencia Episcopal, según se desprende de los documentos canónicos que marcan su naturaleza y funciones, es sólo un organismo de animación y coordinación pastoral de las diócesis, que tiene entidad en sí cuando se reúnen todos los obispos en Asamblea Plenaria o cuando actúan sus órganos funcionales: Comité Ejecutivo y Comisión Permanente. La generalización del protagonismo informativo de la Conferencia Episcopal es una incorrecta asimilación de los criterios marcados por el orden político.

3.2.2. *Tipología de fuentes*

Esto nos llevaría a hablar de las fuentes: en función de los soportes y de su carácter técnico.

3.2.2.1. En relación con los soportes nos encontramos con:

a) Materiales, que comprende toda la gama de documentación producida por los distintos organismos de la Iglesia tanto en el nivel universal; en el medio, de la Conferencia Episcopal; y en el del particular de las diócesis. En el primer nivel nos encontramos a nivel estadístico con: el Anuario Pontificio; a nivel magisterial: las encíclicas, cartas pastorales, exhortaciones apostólicas, documentos de Congregaciones y dicasterios varios. En el segundo nivel es importante el *Boletín Oficial de la Conferencia Episcopal*, y los documentos de la Asamblea Plenaria, del Comité Ejecutivo, de la Comisión permanente, o de las distintas Comisiones Episcopales. En el nivel diocesano, nos encontramos con el *Boletín Oficial de la Diócesis*, con la publicación periódica diocesana y con las cartas pastorales, notas informativas y comunicados de prensa tanto del obispo como de los organismos diocesanos o de las asociaciones eclesiales.

b) Personales. Son las fuentes más utilizadas en el día a día. Hay que advertir que no existe formación específica por parte de las fuentes institucionales a la hora de establecer la relación con los periodistas. Es muy común que se den cuatro actitudes de los clérigos ante los medios de comunicación:

— Los que miran por encima del hombro. Los que pasan de los medios, viviendo y actuando como si no existiesen.

— Los que tiran la piedra sin esconder la mano. Los que pasan al ataque sistemático. Extienden sus nubarrones a periodistas y periódicos.

— Los que piden al medio lo que el medio no les puede dar. Ningún profesional de un medio aceptaría la práctica de entender su medio como un *Boletín Eclesiástico* o una Hoja diocesana.

— Los que quieren enseñar a los periodistas, tanto lo que es la noticia como la forma de conseguirla, contrastarla o redactarla.

3.2.2.2. Respecto al carácter técnico, la gran apuesta de la Iglesia, en los últimos años, ha sido la profesionalización de los medios e instrumentos en la comunicación institucional y corporativa. Sirva el caso de la Iglesia española, en los niveles de las diócesis (a), de la Conferencia Episcopal (b) y de las instituciones de religiosos (CONFER) y otras instituciones eclesiales(c).

a) En las diócesis nos encontramos con las Delegaciones Diocesanas de MCS que acumulan las funciones de ser organismos directores de políticas comunicativas al mismo tiempo que fuentes institucionalizadas de información.

El entonces presidente de la Comisión Episcopal de Medios, monseñor Joan Martí Alanís, en la LVI Asamblea Plenaria de la CEE, celebrada del 18 al 23 de mayo de 1992, al respecto de la consolidación de los organismos diocesanos de gestión de la Comunicación decía: «En la Asamblea Plenaria de la CEE de 1978 se aprobó una conclusión en la que se recomienda “la creación, donde no exista, a nivel diocesano, de Delegaciones de Medios de Comunicación Social”, para promover y coordinar la labor de la Iglesia en este sector. Según nuestras informaciones desde entonces ha mejorado sensiblemente la situación en bastantes diócesis, pero nuestro juicio global es que en la mayor parte sigue siendo conveniente un esfuerzo de reorganización eficaz.»

Han pasado nueve años desde que se hizo este diagnóstico y el mapa no ha variado sustancialmente. El empeño de la consolidación de una auténtica red operativa de organismos diocesanos de gestión de la comunicación es una necesaria respuesta a los imponderables de la naturaleza de los modos de producción de los medios de comunicación, un puente entre la Iglesia y los medios de comunicación social. Desde la creación, en 1966, de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, de la Conferencia Episcopal Española (CEMCS) —organismo encargado de la animación y coordinación de la pastoral de las comunicaciones en la Iglesia en España—, ha sido una de las constantes preocupaciones, que se han manifestado en las Asambleas Plenarias XXIX y LVI y en abundantes reuniones sectoriales de los responsables en las diócesis. A lo largo de la historia ha existido una evolución respecto a las formas de trabajo de estos organismos diocesanos. Un hito significativo ha sido la aprobación, y posterior publicación, del primer Directorio de las Delegaciones de Medios de Comunicación Social, por los obispos miembros de las Provincias Eclesiásticas de Granada y Sevilla, con fecha de 23 de mayo de 1999. Un texto de ineludible referencia para la organización y desarrollo de las misiones encomendadas a este organismo.

Sin embargo, hay una serie de sombras constantes sobre las que debemos pararnos brevemente a reflexionar. Según la última investigación realizada, con motivo de la reunión de Delegados diocesanos de MCS de noviembre de 1999, hay constituidas estas Delegaciones diocesanas de medios, u organismos equivalentes, «de iure», no «de facto», en la práctica totalidad de las diócesis españolas con un porcentaje elevado de escasa eficacia institucional. Uno de los mayores retos, en estos momentos, es el de la profesionalización de este servicio, que se une a una renovación generacional en los titulares del mismo. Hay dos sectores del trabajo diario de las Delegaciones de medios de particular relevancia: su relación con los medios de comunicación social, y con los profesionales de la comunicación, y su tarea editora de las publicacio-

nes diocesanas, además de los programas de radio y televisión. Un ejemplo significativo de esta preocupante ineficacia es que el 45 % de los responsables de las Delegaciones Diocesanas de medios confiesan no tener relación con los directivos de los medios de sus ámbitos geográficos; y sólo el 28%, si son directores de la publicación diocesana, mantienen alguna esporádica relación. Otro dato elocuente es que el 50 % no tienen, ni han tenido nunca, un Plan pastoral de Comunicación en la diócesis.

Las reiteradas y abundantes sugerencias del magisterio de la Iglesia sobre estos organismos delimitan el contorno de sus fines, que como recoge el Directorio de las delegaciones de MCS de Andalucía son «promover, orientar y coordinar la evangelización “por” y “de” los medios de comunicación social, así como establecer una conciencia comunicativa en las diócesis como un medio importante para cultivar y manifestar la comunión eclesial. Especial sensibilidad mostrará hacia los estados de opinión pública, tanto en el interior como fuera de la diócesis; y procurará la creación de un clima de aceptación social de la vida y de los mensajes de la Iglesia en la sociedad civil». Fines que se desarrollarán desde sistemas propios de la comunicación interna y externa.

Pero existe la tendencia de especificar más el rostro informativo de las diócesis con la creación de Agencias institucionales de Información. Así ocurre en Madrid, con Infomadrid; en Valencia, con AVAN, o en Andalucía con ODI-SUR, de la Oficina de Información de los Obispos del Sur de España, una de las pioneras, con una vitalidad inigualada. Sus servicios de análisis de las noticias de la Iglesia en los medios de comunicación son de gran calidad y rigor.

b) En la Conferencia Episcopal tenemos el SIC, que se constituye, en la práctica, como fuente institucional de información y que asume el rol de Oficina de información permanente.

Un capítulo pendiente en este proceso de clarificación operativa es el referido al denominado «Servicio de Información y Documentación de la Iglesia en España» (SIC) que nació en la L Asamblea Plenaria de la Conferencia Episcopal Española (10-15 de abril de 1989) y cuyos perfiles se delinearon en la LI Sesión Plenaria del 20 al 25 de noviembre de 1989, que aprobó las siguientes propuestas: «a.- La Asamblea Plenaria de la Conferencia Episcopal española, estudiadas detenidamente las distintas fórmulas para instituir un *Servicio de Información y Documentación de la Iglesia en España*, considera que lo más adecuado es hacerlo con la colaboración de COPE. b.- Por ello, pide a los órganos de gobierno de COPE que, conjuntamente con la CEMCS y siguiendo la línea de lo aprobado en anteriores Asambleas y de lo presentado por la CEMCS en ésta, constituya este Servicio lo antes posible, con la fórmula jurídica y económica que mejor convenga.»

Con fecha de 16 de mayo de 1990 se inscribió, por parte de COPE, en el Registro de la propiedad mercantil, la Sociedad Anónima Servicio Integral de Comunicación (SIC, S. A.) con un capital social de 10 millones de pesetas. Una vez constituida la Sociedad Anónima SIC, responsable del funcionamiento del «Servicio de Información y Documentación de la Iglesia», se tardaron dos años hasta su inauguración el 12 de octubre de 1992, con motivo de la IV Asamblea General del Episcopado Latinoamericano. Su sede era la calle Ríos Rosas, n.º 41, 1.º.

En la CLIV reunión de la Comisión Permanente de la Conferencia Episcopal Española, del 6-8 de julio de 1993, se presentó un informe sobre el SIC —«Realidad presente y perspectivas de futuro»— en el que se abordaba la situación de su quiebra económica, dado que la crisis económica de la COPE había impedido la aportación dineraria para este proyecto, tal y como se había acordado en la reunión de la Comisión «ad hoc» con la COPE y los acuerdos de la LI Asamblea Plenaria anteriormente citados. La CEMCS propuso, en aquel entonces, que: se desvinculara el «Servicio de Información y Documentación de la Iglesia» del SIC, S. A., lo que supondría jurídica y fiscalmente congelar el SIC, S. A. sin cancelarlo; vincular el «Servicio de Información y Documentación de la Iglesia» a la Conferencia Episcopal, como un servicio de la Conferencia, realizado por la CEMCS y la Oficina de Información de la CEE; en la hipótesis de un «Servicio de la Conferencia Episcopal, realizado por la CEMCS y la Oficina de Información de la CEE», su financiación correría a cargo de los Presupuestos de la Conferencia, con la normativa sobre Presupuestos y Balance de Gestión establecido para todos los organismos de la CEE. De esta forma, el «Servicio» se integró en la estructura informativa de la Conferencia Episcopal, hasta el día de hoy.

Este «Servicio de Información y Documentación de la Iglesia en España» nació en un contexto histórico y mediático que ha evolucionado de manera sorprendente. Quizá sea conveniente, llegados a este proceso de aclaración funcional comunicativa de la Iglesia en España, y de ineficacia institucional de este servicio, que se vuelvan, de nuevo, a establecer el marco de finalidades, funciones y dependencias de este órgano de comunicación integral al servicio de la Iglesia, actualizando sus procesos y sus modos de distribución de los productos informativos y documentales que ofrece.

Otro capítulo nada desdeñable son los servicios de información que se han generalizado, tanto en el nivel de la Iglesia universal como en el diocesano a modo de Agencias de Información.

c) En el ámbito de las instituciones de religiosos tenemos IVICOM, la agencia de Información de la Confederación Española de Religiosos. En el sector de las asociaciones eclesiales, nuevos movimientos, y prelatra personal nos encontramos con la Oficina de Información del Opus Dei, puntera en la aplicación de las nuevas tendencias de comunicación corporativa en este ámbito. Otras iniciativas particulares que han marcado un antes y un después en el suministro de información sobre la Iglesia en lengua castellana han sido las agencias Zenit, ACI y AICA, así como la Red Informática de la Iglesia en América Latina, RIIAL, una auténtica agencia de información y sentido, aglutinadora de sinergias, proyectos y experiencias del mundo católico comunicativo.

4. El perfil del profesional

Dos ejemplos iniciales nos sirven para enmarcar este capítulo. El primero de la Iglesia en boca del ya citado Francis J. Maniscalco (1998, 72): «La diferencia entre hablar con periodistas competentes en materia religiosa y periodistas “generalistas” es como la que va de la noche al día. El problema no es de los periodistas en sí, sino del sistema. Ningún director o productor en-

viaría a cubrir un partido de fútbol a un ignorante en la materia como yo. Sin embargo, no tienen el menor reparo en confiar informaciones sobre religión a incompetentes en la materia.» El otro testimonio proviene de la experiencia profesional de un vaticanista de prestigio, Luigi Accatoli, corresponsal en el Vaticano de *Il Corriere della Sera* (1998, 164): «Los medios de comunicación deforman la realidad de la Iglesia. La deforman con el registro alto, es decir, el ideológico, que la presenta como una realidad dominada por grandes divisiones y conflictos de poder, decidida a imponerse incluso con la política. Y la deforman con el registro bajo, lo espectacular, que se centra en aspectos marginales, fronterizos con la economía, la sexualidad, la magia, el folclore... este segundo registro está ganando terreno y está destinado a convertirse en hegemónico con la progresiva "americanización" de nuestros medios de comunicación: es decir, con la plena afirmación de su naturaleza comercial, que les lleva a privilegiar la noticia con mayor capacidad de resonancia inmediata, competitividad o espectacularidad.»

La moderna sociología de la profesión se ha preocupado por el denominado *background* ideológico de los profesionales del periodismo, por el credo profesional como variable de influencia a la hora de procesar la información con la que trabajan. En el campo de la IRE tenemos algunas referencias testimoniales de la práctica profesional especializada en los Estados Unidos. Por ejemplo, el estudio de Russell Shaw, ex portavoz de la Conferencia Episcopal de Estados Unidos (2000, 2): «Incluso cuando los especialistas en información religiosa son creyentes, he encontrado, durante mis años de estrecha relación profesional con ellos —desde finales de la década de los sesenta hasta finales de los ochenta—, muchas actitudes hacia el catolicismo que van desde la ambivalencia hasta la sospecha y la hostilidad declarada. En pocas palabras, personas con un cierto *background* religioso podían tener convicciones religiosas personales mientras, al mismo tiempo, sentían antipatía hacia la Iglesia católica. Pienso en la jefa de religión de uno de los diarios líderes del país, que era una ardiente feminista, claramente en conflicto con la Iglesia en relación con los temas de feminismo. Esta periodista era también amiga de uno de los teólogos católicos disidentes, y propensa a tratarlo bien en sus páginas. Pienso en el jefe de religión de un diario del Midwest de amplia difusión, un ex sacerdote que cada vez que escribía un artículo parecía desahogar su resentimiento personal hacia la autoridad de la Iglesia.»

José L. Martín Descalzo (1981, 118) elaboró, en los años setenta, una definición y un perfil del informador religioso que sigue teniendo vigencia. Definía la informador religioso como:

- «a) un profesional: No se trata del señor que ocasionalmente hace comentarios o información. Al menos dedicación mayoritaria;
- b) que desde un medio de comunicación de masas: desde cualquier medio informativo: prensa, telediario, radio, revista de actualidad;
- c) informa: se trata de información, no de comentarios abstractos, no de ideas, no de sermoncitos, no de telenovelas;
- d) de un parcela de la actualidad: la religiosa: especializándose en una parcela de la actualidad, la religiosa. No el que ocasionalmente es enviado a una función religiosa no reducida sólo a la Iglesia católica, sino a todo fenómeno religioso.»

Y añadía (1981, 123):

«El informador religioso:

- a) no es un apologeta que debe defender una verdad contra los ataques;
- b) no es un propagandista cuya misión es dirigir todo al servicio de la causa que debe propagar;
- c) no es un relaciones públicas de su obispo ni de su clero que deba hacer simpáticos a sus jefes;
- d) no es un portavoz de su obispo o del magisterio que tenga como misión servir lo que ellos digan;
- e) no es un predicador o un catequista que deba explicar unas verdades o unas ideas teóricas.»

En una reciente aproximación a la figura del informador religioso, el profesor Juan Cantavella (2002, 444) señala los siguientes defectos de la IRE achacados a los profesionales: «Se le dedica poco espacio y marginal en la prensa y programas audiovisuales; se buscan temas espectaculares e impactantes, pasando por encima de la profundización en lo que son las actitudes de las gentes en este terreno; afán de destacar todo aquello que disuena y, por lo tanto, hay quien concede más audiencia a la minoría constituida por descontentos, críticos o contestatarios, ya que el seguimiento dócil de la mayoría no suele despertar demasiado interés; selección parcial de los documentos para atender a los que se prestan a la discusión o surgen de personas controvertidos en la Iglesia, aunque sean poco representativos (en todo caso, de ellos reproducimos pocas líneas, tomando lo que resulta más llamativo, con los titulares que inciden en la parte más escandalosa, no en la sensata); olvido de todo aquello que es habitual en la marcha de la Iglesia y de las explicaciones a las decisiones y tomas de postura; críticas poco documentadas a lo que se hace o se dice aparentemente, porque puede haber puntos más profundos o comportamientos más escondidos que no son tenidos en cuenta; hay quien parte de un cierto resentimiento por experiencias desagradables o incluso de una posición agresiva que persigue unos determinados fines o de una particular visión de Iglesia.»

4.1. EL LENGUAJE

Una cuestión relevante es la del lenguaje. No debemos olvidar al Wittgenstein del «hay que hablar para poder comunicar», y superar, al mismo tiempo, la ruptura de lo que ha supuesto la filosofía del lenguaje frente a la quiebra de la metafísica, en la medida en que el giro lingüístico nos habla del puro fenómeno de la comunicación, mientras que la implicación metafísica nos habla de la transmisión. En una reciente conferencia sobre el terrorismo y la guerra, el sociólogo Ulrich Beck (2003, 15) ha planteado, en términos generales, que «nuestro lenguaje fracasa en la misión de informar a las generaciones futuras de los peligros que hemos generado en el mundo al servirnos de determinadas tecnologías. El mudo moderno incrementa al ritmo de su desarrollo tecnológico la diferencia entre dos mundos: el del lenguaje de los riesgos

cuantificables, en cuyo ámbito pensamos y actuamos, y el de la inseguridad no cuantificable, que también estamos creando».

El lenguaje de la Iglesia está sometido, a la hora de analizar su lenguaje, a una configuración de la propia institución, a su desarrollo histórico, a la formulación dogmática. El lenguaje de la Iglesia es más un lenguaje de ideas, que se ha permeabilizado en los medios impresos con facilidad a partir del testimonio oral, que el lenguaje de la imagen en movimiento, o de la rapidez, o del impacto. Lyotard insistía en que «sólo existirá el pensamiento capaz de ser transmitido por medios tecnológicos». El lenguaje de la tecnología, y por ende el de los medios de comunicación:

- Huye de la complejidad: proceso de simplificación.
- Lenguaje para el olvido: la noticia en radio o en televisión.
- Se dirige al sentimiento: quiere gustar.
- Lenguaje reconfortante: deja por insensatas las preguntas radicales del hombre

Ante este hecho, propone la Iglesia, en conjunción con el lenguaje de la información y en clave teológica, la creatividad de un nuevo lenguaje convictivo que asume la convencionalidad del lenguaje humano, y del lenguaje informativo. La performatividad del lenguaje, lenguaje que obra al decir, es un argumento ratificatorio para la propuesta cultural desde el Evangelio y de su capacidad de penetración en los medios de comunicación social. Hay que recuperar la centralidad del testimonio como lenguaje capaz de ser transmitido a través de los medios de comunicación. Paul Ricoeur dijo aquello que la esencia de la vida se expresa en el relato mejor que en el discurso, porque la vida misma constituye un devenir que sólo puede ser contado narrativamente.

5. Breve apunte final

Furio Colombo (1997, 118) dice de la noticia religiosa que «sigue siendo una noticia en silla de ruedas empujada sobre una alfombra roja y cubierta con un ramo de flores. Sigue siendo un material infravalorado y supercelebrado. Donde la celebración no representa espíritu religioso sino compensación por no haber afrontado la noticia en todo su alcance. Basta pensar que no se sabe nada de la vida de los centros sociales de gran importancia urbana como las parroquias, nada o casi nada del gobierno de las diócesis, de las agencias religiosas que actúan en una determinada ciudad. Así como tampoco de la evolución de la cultura religiosa entre esos mismos ciudadanos cuyos comportamientos en las modas y en los consumos son objeto constantemente de investigaciones y advertencias».

Hay dos ideas básicas que debemos tener en cuenta:

- Especializarse es investigar y documentarse: hay que romper definitivamente con la dinámica, en el campo de la IRE, de la ausencia de investigación seria y de calidad y de aplicación de las técnicas y los procesos documentales a la hora de elaborar estas informaciones. Quizá la primera investigación

sería la de los públicos. Una investigación que está completamente ausente en el panorama de la ciencia de la comunicación especializada en esta área. Y que nos remite a un proceso previo: la formación de los periodistas especializados. Según la aportación de Eric Kevin Gormly (1999, 26), 18 de cada 20 periodistas en Estados Unidos que cubren el área de religión reconocen que sería necesaria una preparación especializada, mientras que 12 de cada veinte reconocen no tener ninguna. Aquí nos adentramos en el problema de la profesionalización, en general, y en particular el de los actores mediáticos de la información en la Iglesia.

— Y, sobre todo, no confundir los planos en el pensamiento y en la actuación: una cosa es informar y otra evangelizar. A los periodistas hay que pedirles que informen, a la Iglesia que evangelice. La Iglesia es objeto de la información, es noticia, interesa, es relevante, importante y pertinente. La Iglesia debe respetar la naturaleza de la información, y los periodistas la naturaleza de la Iglesia.

Bibliografía

- Accatoli, L.: «L'Informazione religiosa nei media a larga diffusione», en Contreras, D.: *Chiesa e comunicazione. Metodi, valori, professionalità*, Editrice Vaticana, Roma, 1998.
- Beck, U.: *Sobre el terrorismo y la guerra*, Paidós, Barcelona, 2003.
- Bonhoeffer, D.: *La sociología de la Iglesia*, Sígueme, Salamanca, 1969.
- Borrat, H.: *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- Borrat, H.: «Hacia una teoría de la especialización periodística», en *Anàlisi* 15, 1993.
- Cantavella, J.: «El informador religioso ante la Iglesia y la sociedad», en AA.VV.: *Prensa y Periodismo especializado (historia y realidad actual)*, Ayto. de Guadalajara, Guadalajara, 2002.
- Carroggio, M. y La Porte, J. M.: *Gli uffici stampa delle diocesi e delle conferenze episcopali*, Edizioni Università della Santa Croce, Roma, 2002.
- Colombo, F.: *Últimas noticias sobre el periodismo*, Anagrama, Barcelona, 1997.
- Contreras, D.: «La religión como noticia en la prensa internacional», en AA.VV.: *Iglesia y medios de comunicación*, Pontificia Universidad Católica de Argentina, Buenos Aires, 2001.
- Costa, G.: *La noticia e la religione. Cinquant'anni di giornalismo religioso in Italia*, LAS, Roma, 1999.
- Chimeno, S.: «Las fuentes en el proceso de la Información Periodística especializada», en Esteve Ramírez, F.: *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.
- Gormly, E. K.: «The study of religion and the Education of Journalists», en *Journalism and Mass Communication Education*, summer 1999, 54, 2.
- Martín Descalzo, J. L.: «La opinión pública en la Iglesia: extensión y límites», en *Razón y fe*, 185, 1972.
- Martín Descalzo, J. L.: «Tipología eclesial del informador religioso», en Instituto INTER: *La Iglesia, dato informativo*, Paulinas, Madrid, 1981.
- Esteve Ramírez, F.: «Aportaciones bibliográficas a la información periodística especializada», en Idem: *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.

- Fernández del Moral, J.: «Información periodística especializada», en Benito, A. (dir.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la comunicación*, Paulinas Madrid, 1991.
- Foncuberta, M.: «Propuestas sistémicas para el análisis y producción de Información Periodística Especializada», en Esteve Ramírez, F.: *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.
- González Gaitano, N.: «Información religiosa y evangelización. Equívocos, sospechas, recelos, malicias... y clarificaciones conceptuales», en AA.VV.: *Iglesia y medios de comunicación*, Pontificia Universidad Católica de Argentina, Buenos Aires, 2001.
- Maniscalco, F. J.: «Comunicare in una società complessa», en Conteras, D.: *Chiesa e comunicazione. Metodi, valori, professionalità*, Editrice Vaticana, Roma, 1998.
- Montero, A.: *La información religiosa en sus vertientes teológica y periodística*, Escuela de Periodismo de la Iglesia, Madrid, 1969.
- Muñoz Torres, J. R.: «Aproximación al concepto de Información Periodística especializada», en Esteve Ramírez, F.: *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.
- Navarro Valls, J.: «Iglesia y sociedad de la comunicación», en AA.VV.: *Actas del Congreso Internacional Iglesia y medios de comunicación*, Universidad Católica de Murcia, Murcia, 2002.
- Pastor, G.: *Tributo al César. Sociología de la religión*, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1991.
- Piquer, J.: «La información religiosa en la prensa diaria», en Instituto INTER: *La Iglesia, dato informativo*, Paulinas, Madrid, 1981.
- Quesada, M.: *Periodismo especializado*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1998.
- Saperas, E.: *Manual básico de teoría de la Comunicación*, CIMS, Barcelona, 1998.
- Shaw, R., Mammoser, T. L., Maniscalco, F.: *Dealing with Media for the Church*, Pontifical University of the Holy Cross, Roma, 1999.
- Zizola, G.: *L'Informazione in Vaticano, Da Pio IX a Giovanni Paolo II*, Pazzini Editore, Verona, 2002.