

## **LA IDENTIDAD DE LA IGLESIA ESPAÑOLA EN SU RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

El análisis de la temperatura informativa de la Iglesia española en nuestros días podemos enmarcarlo en la siguiente voz de alarma: «El máximo problema de la conciencia cristiana y de la Iglesia en este momento es la comunicación consigo misma, la información sobre su vida y sus hechos, la transmisión de las directrices de sus dirigentes hasta cada una de las comunidades y conciencias»<sup>1</sup>.

Esta situación ha hecho que, quizá, podamos hablar de una heteroidentidad introyectada en los españoles a partir de la asimilación de las rutinas de consumo de información religiosa en los medios de referencia dominante en nuestro país. Durante el período franquista, la seguridad informativa del humus noticiable de la Iglesia, tanto en los principales medios públicos como en los privados, creó unos hábitos, modos de hacer y recibir información, rotos a partir de la transición política con el cambio de la estructura mediática. Nos podemos plantear si la Iglesia ha hecho la transición informativa, y cómo la ha hecho, en la adaptación a la revolución del sistema de medios español, sometido a una aceleración propia del juego dialéctico del poder que somete a la información. En este marco de la heteroidentidad aflora, de nuevo, el debate de si católicos en los medios o medios católicos. Dilema, no sé si falso en la resolución positiva y favorable de ambos términos, que parece resolverse en algunas iglesias locales, que no tienen miedo a los balances y las cuentas de resultado, por la vía de los hechos consumados, después de haber acabado con el que algunos han denominado Complejo «EDICA», por la aparente incoherencia de la acción evangelizadora de la cadena COPE.

1. O. González de Cardedal, «Reflexión sobre realidades y problemas latentes», en: Galindo, A.: *Para ser libres nos liberó Cristo*, Edicep, Valencia 1990, 266.

Una de las manifestaciones de esa presumible heteroidentidad plantea, quizá desde el tratamiento de la información religiosa en nuestro país, el grave problema de la opinión pública, en sus dos manifestaciones, en la Iglesia y sobre la Iglesia. Si tuviéramos que diseccionar el tratamiento antes aludido tendríamos que hablar como puntos básicos de que:

- la noticia es perfilada por el juicio profesional del periodista
- la noticia es perfilada por la rutina organizacional del medio
- la noticia es el reflejo de lo que ocurre en la sociedad (en nuestro caso, en la Iglesia, y me refiero, sobre todo, al pluralismo y/o pluralidad)
- la organización está determinada por fuerzas exteriores a la misma<sup>2</sup>.

Respecto al juicio profesional de los informadores, quisiera antes recordar la intervención de un padre del Concilio Vaticano II:

«Mons. Gouyon, ex-periodista y obispo de Bayona, que, basándose en su personal experiencia, se permitió rogar una mayor comprensión para sus antiguos colegas: Muchas veces —dijo— somos demasiado severos para con ellos, porque no nos damos cuenta de las dificultades de su misión. Les reprochamos fácilmente sus inexactitudes y sus imprecisiones, ignorando el ritmo al que trabajan. ¿No nos sucede a nosotros que muchas veces tardamos en encontrar una formulación precisa y que no siempre logramos encontrarla?... Y nosotros disponemos de un tiempo que falta a los periodistas»<sup>3</sup>.

La complejidad de la especialización de la materia informativa nos ha dejado la herencia de una generación de informadores sacerdotes y/o religiosos<sup>4</sup>, en medios no propios de la Iglesia, con sus peculiaridades relaciones e implicaciones con el objeto informativo, debido a que han tenido la conciencia clara de haber sido constructores de modelos informativos de Iglesia con unos efectos inmediatos en la vida de las comunidades. La situación puede cambiar cuando se sume a la anterior una nueva generación de informadores religiosos, de procedencia sacerdotal o laica, que se acerque al mundo de la información religiosa desde los meros criterios de profesionalidad extrínseca. Esta corriente tendrá que conquistar el reconocimiento de las empresas informativas hacia esta especialización. Un reconocimiento necesario, no gratuito, por el que debemos trabajar a partir de una formación reglada de los futuros profesionales<sup>5</sup>.

El proceso de revitalización de la imagen de la Iglesia, en sus distintos niveles informativos, pasa también por el diseño de estrategias de publicitación

2. Cfr: M. Wolf, *La investigación en la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona 1987; H. Borrat, *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona 1989.

3. J. M. Pascual, *Los medios de comunicación social en la doctrina de la Iglesia*, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid 1976, 111.

4. Y no me refiero al ya tradicional paralelismo en el magisterio sobre periodismo y sacerdocio: Juan Pablo II, «Discurso a los directores de los seminarios católicos de Italia», 2-XII-1983.

5. Relevante es el esfuerzo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca con la creación de la Escuela de Comunicación Cristiana.

de los acontecimientos de incidencia y relevancia social<sup>6</sup>. La tarea de las Delegaciones de MCS, servicios de información religiosa..., consiste en hacer compatibles los criterios de noticiabilidad con la realidad de los dichos y los hechos de la misma Iglesia. Los profesionales de la comunicación en la Iglesia, a la hora de establecer puentes entre el universo eclesiástico y el universo mediático, rompen con una larga tradición de silencios e imcomprensiones mutuas, a veces debidas al problema del lenguaje, que manifiesta una pugna por la preponderancia social. José Luis Martín Descalzo solía decir que, desgraciadamente, para un obispo un periodista es un entrometido que acude a donde no le han llamado. Y para un periodista, una reunión de obispos, de personas de Iglesia, es una lata de conservas que hay que abrir como sea.

Para establecer un punto de conexión entre los dos universos conceptuales y prácticos, nos sirven las indicaciones que en un magnífico artículo sobre la opinión pública en la Iglesia apuntó el citado maestro de periodistas:

— Los fieles tienen el 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, 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 debe ser probado absolutamente. Esto es especialmente necesario teniendo en cuenta 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<sup>7</sup>.

También considero oportuno recordar las características de la crítica que aparecen en el artículo anteriormente citado:

— Nace del amor y se expresa con amor.

— No deberá ser una crítica por sistema.

— Debería abundar en virtudes humanas (madurez, discrección, respeto a las reglas de juego, responsabilidad...).

— Si la crítica trata de ayudar a la Iglesia a reformarse, tendría que mantener las normas de toda auténtica reforma.

— La opinión en la que no se sustituya el pensamiento del fiel por el personal del periodista u opinante.

— Opinión formulada como «tal opinión», no como un dogma.

— Y recordar dos consejos que diera Bernanos:

6. J. F. Serrano Oceja, «Las Delegaciones de MCS en las diócesis españolas», en: *Revista Española de Derecho Canónico*, 76, 1995, 127-211.

7. Cfr. J. L. Martín Descalzo, «La opinión pública en la Iglesia: extensión y límites», en: *Razón y fe*, 185, 1972, 435-36.

«Reconozco mis palabras verdaderas por el daño que me hacen en la boca cuando las pronuncio». Y, «Hay que atreverse a decir verdad, la verdad entera, es decir, sin añadirle el placer de hacer daño»<sup>8</sup>.

La labor informativa del profesional especializado en estas lides se asemeja a una batalla que tiene abiertos varios frentes: el lugar que ocupa la información en el medio; la relación, a veces tortuosa, con las fuentes; la traducción del lenguaje propio de la Iglesia al lenguaje mediático; la confrontación de los ritmos de cada sistema de pensamiento y actuación; las implicaciones de la identidad del profesional y del medio; el clima de información y de opinión en momentos y lugares determinados...

De alguna forma, las primeras municiones se ocupan en que la información sobre la Iglesia aparezca en la agenda del medio. Se da una confrontación sugerente entre los modelos de la aguja hipodérmica, de la influencia directa, un sistema propio de los flecos de la difusión de ideas (propaganda), con el modelo de la percepción selectiva y de los líderes intermedios. Así puede parecer que la Iglesia española ha perdido, en estos años, la acción de creación de opinión en los estratos intermedios de gestión de la información y de las ideas.

No quisiera terminar esta breve intervención sin hacer referencia a la merecida búsqueda de los géneros periodísticos propios de la información religiosa. Si aceptamos que históricamente la configuración de los géneros periodísticos, en nuestro país, ha estado ligada a la prensa católica, en el contexto del movimiento de prensa ideológica, la labor de análisis de tratamiento de la realidad debe conducirnos a la creación de moldes adecuados, que cumplan las notas que el profesor Héctor Borrat propone para esta clase de quehacer periodístico:

«1) la coherencia interna de los textos 2) la correspondencia de las 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 estos textos se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen»<sup>9</sup>.

De esta forma, si estamos convencidos de que la información religiosa interesa a la misma Iglesia, al medio y, sobre todo, al público, desde la teoría de la delegación, debemos hacer posible el establecimiento de puentes —pontífice, se dice en el lenguaje teológico— de una realidad substancial al hombre y a la sociedad y la aparición de esa realidad en los medios. No olvidemos que la evolución de la tecnología, el uso y consumo en los hogares de la misma, producirá una ruptura en las mediaciones, lo que planterá una nueva forma de la acción evangelizadora de la Iglesia en sus dimensiones de la acción predicativa, caritativa y litúrgica.

8. J. L. Martín Descalzo, *op. cit.*, 442-443.

9. H. Borrat, «Hacia una teoría de la especialización periodística», en: *Análisis* 15, 1993, 134-135.

Las palabras de JPII a un grupo de universitarios sobre la información y la comunicación adquirirán, sin duda, un nuevo sentido:

«Como hacen notar algunos existe una distinción entre informar y comunicar; en el primer caso se trata de la transmisión de datos objetivos y neutrales; en el segundo, se produce la propuesta de valores. Esta distinción tiene, sin duda, su fundamento, pero, parece, en parte, abstracta. En efecto, el hombre lleva siempre consigo o dentro de sí mismo un bagaje de verdades, de ideales y de normas éticas que continuamente evalúa, profundiza y reformula en su confrontación con la realidad.

Se puede, pues, afirmar que el acercamiento a la realidad nunca es rigurosamente neutral. Desde este punto de vista, la tesis según la cual quien informa debe actuar como simple espejo de la sociedad no parece realista; en cierto sentido podría incluso ser juzgada como oportunista, y como pretexto para evitar tener que asumir la propia responsabilidad moral en la relación con los demás. El cristiano, por el contrario, sabe que no puede ignorar nunca la propia conciencia en todos los actos que realiza y que lo ponen en relación con otros hombres. esto no excluye, por lo demás, el respeto a la objetividad»<sup>10</sup>.

JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA

10. Juan Pablo II, «Discurso a los universitarios del Congreso Internacional UNIV 96», en: *Ecclesia*, 2796, 1996, 30.