

Retos del comunicador católico

RAFAEL MINER

Periodista y escritor. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra

El 24 de enero de este año, la Santa Sede hizo público el Mensaje del Papa Francisco para la 50 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

Han pasado casi diez meses. Y es muy posible que, salvo mentes muy ordenadas, algunos hayamos olvidado lo que el Santo Padre dijo aquel día al mundo, ya en pleno Año Santo de la Misericordia.

Un Jubileo que enfila la recta final, desde su convocatoria el 11 de abril de 2015, fecha de la bula *Misericordiae vultus* (El rostro de la Misericordia), hasta el próximo día 20 de noviembre, solemnidad de Cristo Rey del Universo.

El objetivo de esta breve aportación es recordar este mensaje. Repasar algunas de sus frases y comentarios. Y efectuar alguna reflexión, al hilo de cosas que pasan en la sociedad española, y en esta órbita nuestra de la Comunicación.

El Papa Francisco exhortaba en la bula a redescubrir las obras de misericordia corporales, y también las espirituales. Catorce en total.

Con esa falsilla, no está de más recordar siete afirmaciones, siete invitaciones en las que podría sintetizarse el Mensaje del Santo Padre para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, plenamente vigente.

Somos periodistas, comunicadores, y la gran mayoría de los que estamos aquí tenemos la luz de la fe católica, no por nuestros méritos, sino como un don de Dios. Y aunque no tuviéramos fe, servirían igualmente, porque son comprensibles para la razón humana.

No conviene perder de vista que nuestro "target", el público al que nos dirigimos, es todo el mundo. La aldea global de la que hablaba en el siglo XX el sociólogo canadiense McLuhan, y que estudiamos hace tantos años en Teoría de la Información, se ha convertido más que nunca en mundial, y

además instantánea, debido a las redes sociales y a la expansión digital. No es preciso poner ejemplos porque es evidente.

Lo subrayaba el Papa al comienzo del citado mensaje: “Como hijos de Dios, estamos llamados a comunicar con todos, sin exclusión”. Lo dice y lo pone en práctica con decisiones concretas.

La presencia del Santo Padre en las redes sociales es “un signo importante de la voluntad de la Iglesia de llegar a todos y en todas partes. Un signo que también es un ejemplo para los medios vaticanos”, manifestó en septiembre el estadounidense Greg Burke, director de la Sala de Prensa del Vaticano, recién nombrado por el Papa, al igual que la subdirectora, Paloma García Ovejero.

En marzo de este año, con un enfoque educativo, destacaba el mismo concepto global, en estas aulas, otro norteamericano, Jeff Jarvis. El influyente profesor, y gurú de las redes, decía en el CEU ante un gran auditorio:

“El periodista del futuro debe ser digital y con alma de empresario [...] Nadie sabe qué va a ser Internet en el futuro, no tenemos ni idea”, subrayó. Y dirigiéndose a los jóvenes, añadía: “tenéis que hacerlo, pensarlo y cuestionarlo vosotros”.

Hay que llegar a todos. Bien. Pero para un ordenado análisis previo, conviene situarse en España, porque la relación comienza por los más cercanos, los próximos, si sostenemos que las redes son, en primer lugar, redes de personas y para las personas. La instantaneidad puede llegar antes con el otro polo del mundo, pero la relación personal y el trato, no.

Parece difícil creer en la atención a los demás de quien habla con frecuencia de los más necesitados y de la pobreza en Haití o en Sudán del Sur, por citar dos países de enorme actualidad, pero no presta ayuda a familiares, amigos, conocidos, o simplemente gente de la calle que pide un favor.

Conocer la radiografía

Veamos, pues, antes que nada, unos breves datos, con cifras de la Conferencia Episcopal y del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

De los 46,5 millones de españoles censados a finales de 2015 (cien mil menos que en 2014, la población disminuye en nuestra nación, y esto debería preocuparnos por numerosas razones), el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de julio de este año informó lo siguiente: el 67,8% se declara católico; el 2,2 creyente de otra religión; un 18,4% no creyente; el 9,1% ateo; y el 2,5% no contestaron.

En cuanto a la religión católica, la Conferencia Episcopal informa que en España existen 70 diócesis y 23.071 parroquias, con 18.813 sacerdotes, ade-

más de 57.500 religiosos y 819 monasterios. En nuestro país se celebran 9,5 millones de Eucaristías cada año, y aproximadamente diez millones de personas asisten regularmente a Misa. Entre ellas se encuentran miles de laicos pertenecientes a las numerosas instituciones y realidades de la Iglesia que trabajan en España.

Además, según el CIS, algo más de un 30% de los encuestados asegura marcar la casilla de asignación tributaria para la Iglesia –la mitad junto a los fines sociales, porque es posible hacerlo así, marcar las dos casillas, y la otra mitad sólo a la Iglesia católica–; mientras un 29,4% marcó solamente la casilla de los fines sociales, y un 27,9 no señaló ninguna.

La Conferencia Episcopal precisaba en junio de este año, con datos de 2014, que nueve millones de contribuyentes en casi 7,3 millones de declaraciones marcaron la casilla de la Iglesia católica, lo que supone en la práctica un 35% de las declaraciones presentadas, superando los 250 millones de euros.

El 80% de esta cantidad, 200 millones de euros, se envía a las diócesis para mantener la actividad de la Iglesia en esos lugares. Es una cifra que se suma a la que allí aportan directamente los fieles en sus parroquias o comunidades. Y el resto viene desglosado en las cuentas de la Conferencia Episcopal, acompañadas por un informe de una conocida firma auditora.

Un dato que ponen de relieve los obispos en España, además de la actividad educativa, es “la labor social y asistencial de las diócesis, parroquias y otras instituciones eclesiales que atienden a los más desprotegidos” en España, lo que “facilita el conocimiento del verdadero rostro de la Iglesia a muchas personas de nuestra sociedad que lo desconocen”. En síntesis, estos son algunos números:

En el pasado ejercicio, “un total de 4.738.469 personas fueron acompañadas en algunos de los 9.062 centros sociales y asistenciales de la Iglesia”, una tarea que se llevó a cabo, de modo especial, desde Cáritas y Manos Unidas.

En Cáritas, 81.917 voluntarios atendieron a 2.180.000 personas en exclusión social. Y en Manos Unidas, fueron 5.146 voluntarios los que atendieron 608 proyectos de cooperación en 57 países.

Además, el impacto económico de los bienes inmuebles de la Iglesia en el Producto Interior Bruto (la riqueza nacional) se calcula que asciende a 22.620 millones de euros, mientras, en términos laborales, da empleo a 225.300 personas, señalan estudios ofrecidos por la Conferencia Episcopal.

Son estos datos fácilmente asequibles por parte de ustedes, y por supuesto de jóvenes y menos jóvenes comunicadores, que podemos, y pienso que debemos, conocer con soltura, al menos de igual modo a como maneja-

mos los números de la economía española, la facturación de las multinacionales o pymes españolas y mundiales, o los índices de las bolsas europeas y mundiales. O en otro orden de cosas, las noticias de alcance político, sociales, deportivas o de sucesos.

Mensaje del Papa Francisco: siete ideas

Aunque la acción del Espíritu Santo en las almas es imposible de cuantificar, de estas cifras podemos extraer algunas consideraciones, al hilo de del Mensaje del Papa Francisco en la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

Destacaremos una breve idea de la introducción y siete de su discurso de enero de este año 2016, acompañadas de una breve reflexión personal.

En la “Introducción”, el Santo Padre formula una primera exhortación: “Lo que decimos y cómo lo decimos, cada palabra y cada gesto debería expresar la compasión, la ternura y el perdón de Dios para con todos”.

Reflexión particular: ¿Nos invita a pensar el hecho de que un 28% de la población española, casi un 30%, se declare no creyente o atea, según el CIS?

¿Y que del 70%, 31 millones de personas que se declaran católicos, son un tercio, en torno a diez millones, los que practican?

¿Nos llevan estos datos “a la apertura” con los no creyentes y con los no que no practican la fe, a dialogar y a trabajar con ellos, o mantenemos una actitud de “aislamiento”, como escribe el Papa?

Idea textual 1: “La comunicación tiene el poder de crear puentes, de favorecer el encuentro y la inclusión, enriqueciendo de este modo la sociedad. Es hermoso ver personas que se afanan en elegir con cuidado las palabras y los gestos para superar las incomprensiones, curar la memoria herida y construir paz y armonía”.

Reflexión: “¿Nuestro medio digital, nuestro entorno de comunicación, tiende puentes entre los católicos y los no creyentes?”

Idea textual 2: “Las palabras pueden construir puentes entre las personas, las familias, los grupos sociales y los pueblos. Y esto es posible tanto en el mundo físico como en el digital. Por tanto, que las palabras y las acciones sean apropiadas para ayudarnos a salir de los círculos viciosos de las condenas y las venganzas, que siguen enmarañando a individuos y naciones, y que llevan a expresarse con mensajes de odio”.

“La palabra del cristiano, sin embargo, se propone hacer crecer la comunión e, incluso cuando debe condenar con firmeza el mal, trata de no romper nunca la relación y la comunicación”.

Reflexión: “Como comunicadores, ¿nuestros mensajes reflejan más odio o enfrentamiento que comprensión? ¿Formamos a nuestros periodistas en la conjunción del rechazo firme del mal –como señala el Papa–, con el mantenimiento de las relaciones y la comunicación con las personas?”.

Idea textual 3: “En todos estos casos –habla el Santo Padre–, la misericordia es capaz de activar un nuevo modo de hablar y dialogar, como tan elocuentemente expresó Shakespeare: ‘La misericordia no es obligatoria, cae como la dulce lluvia del cielo sobre la tierra que está bajo ella. Es una doble bendición: bendice al que la concede y al que la recibe’” (*El mercader de Venecia*, Acto IV, Escena I).

Reflexión: En nuestra tarea de comunicación, en sus múltiples facetas, ¿buscamos más lo que une, los puntos de vista que nos acercan, o lo que nos separa y divide? ¿Seguimos profesionalmente, por ejemplo, los esfuerzos interreligiosos y ecuménicos del Papa en el diálogo y contactos de él mismo y la Santa Sede con ortodoxos, luteranos, judíos, musulmanes o con el gobierno chino, por ejemplo?

Idea textual 4: “Es deseable que también el lenguaje de la política y de la diplomacia se deje inspirar por la misericordia, que nunca da nada por perdido. Hago un llamamiento sobre todo –insiste el Santo Padre–, a cuantos tienen responsabilidades institucionales, políticas y de formar la opinión pública, a que estén siempre atentos al modo de expresarse cuando se refieren a quien piensa o actúa de forma distinta, o a quienes han cometido errores. Es fácil ceder a la tentación de aprovechar estas situaciones y alimentar de ese modo las llamas de la desconfianza, del miedo, del odio”.

Reflexión: “Se necesita, sin embargo, valentía para orientar a las personas hacia procesos de reconciliación –añade el Papa Francisco–. Y es precisamente esa audacia positiva y creativa la que ofrece verdaderas soluciones a antiguos conflictos así como la oportunidad de realizar una paz duradera. ‘Bienaventurados los misericordiosos, porque ellos alcanzarán misericordia. [...] Bienaventurados los que trabajan por la paz, porque ellos serán llamados hijos de Dios’ (Mt 5,7-9)”.

Hasta aquí el Papa.

Quizá convenga recordar, y es un comentario personal a raíz de análisis y lecturas sobre esos años, la incubación de la guerra civil en la España del siglo pasado. Laicismo y anticlericalismo cada vez más radicales, y fuertes discusiones en las Cortes constituyentes sobre una Constitución, la de 1931, que hicieron exclamar a algunos impulsores de la República, como Ortega y Gasset: “no es eso, no es eso”.

Como saben ustedes, el filósofo Ortega desarrolló su “no es eso, no es eso”, en una famosa conferencia, en la que añadía: “No soy católico, y desde mi mocedad he procurado que hasta los más humildes detalles oficiales de mi vida privada queden formalizados acatólicamente; pero no estoy dispuesto a dejarme imponer por los mascarones de proa de un arcaico anticlericalismo”.

Cómo juzgar la corrupción

Idea textual 5: “Nosotros podemos y debemos juzgar situaciones de pecado –violencia, corrupción, explotación, etc.–, pero no podemos juzgar a las personas, porque sólo Dios puede leer en profundidad sus corazones”, añade el Santo Padre.

“Nuestra primordial tarea es afirmar la verdad con amor (cf. Ef 4, 15). [...] Palabras y gestos duros y moralistas corren el riesgo hundir más a quienes querríamos conducir a la conversión y a la libertad, reforzando su sentido de negación y de defensa”.

Reflexión: La corrupción es considerada el segundo problema para los españoles, aunque a bastante distancia del paro, que sigue liderando el ranking, según el CIS.

Un par de comentarios al respecto. El primero es personal. Es evidente que es la Justicia quien debe juzgar a los presuntos culpables de delitos. Sin embargo, no pocos tenemos la impresión (y somos también periodistas), que en estos años, en no pocos medios de comunicación, consciente o inconscientemente, se lesiona la presunción de inocencia de las personas, un derecho ético constitucionalmente reconocido en España.

Así, se somete a numerosos investigados a una pena de banquillo, también llamada coloquialmente “pena de telediario”, pero podría denominarse también “pena digital”, por la que la opinión pública dicta sentencia antes que los tribunales. Se trata de una indefensión que daña seriamente la fama y el honor de personas y empresas, su reputación, y que invierte la carga de la prueba.

La necesidad de mejorar las audiencias y obtener buenos resultados de tráfico en la red puede ofuscar la consideración ética del respeto a la persona y a su dignidad, o provocar enfrentamientos innecesarios.

En un análisis de alcance revolucionario, como es el mensaje cristiano, el Papa subraya una dificultad que se deriva de esta actitud de “afirmar la verdad con amor”:

“Algunos piensan que una visión de la sociedad enraizada en la misericordia es idealista o excesivamente indulgente. [...]. Quisiera alentar a todos a pensar en la sociedad humana, no como un espacio en el que los extraños compiten y buscan prevalecer, sino más bien como una casa o una familia, donde la puerta está siempre abierta y en la que sus miembros se acogen mutuamente”.

Fíjense, porque el salto cualitativo es trascendental. El Santo Padre Francisco vuelve al mensaje radical del *mandatum novum* de Jesucristo –“que os améis los unos a los otros” –, y tras el *Homo homini lupus* atribuido a Hobbes, y la competencia en ocasiones brutal de la sociedad capitalista, pone sobre la mesa la necesidad de pensar en “la sociedad humana” como una “casa o familia” donde el “amor nunca está condicionado por el alcance de los objetivos”.

Hace apenas un mes desarrolló la idea el obispo de Guadix, presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación, Monseñor Ginés García Beltrán: “Los otros no son nuestros enemigos, sino nuestros hermanos. No vivimos en un mundo de competencia, sino en la civilización del amor”, afirmó en el simposio homenaje a la figura del beato Papa Pablo VI celebrado en Madrid.

Esencia del periodismo

Idea textual 6: “Para esto es fundamental escuchar. Comunicar significa compartir, y para compartir se necesita escuchar, acoger. Escuchar es mucho más que oír. Oír hace referencia al ámbito de la información; escuchar, sin embargo, evoca la comunicación, y necesita cercanía. La escucha nos permite asumir la actitud justa, dejando atrás la tranquila condición de espectadores, usuarios, consumidores. Escuchar significa también ser capaces de compartir preguntas y dudas, de recorrer un camino al lado del otro, de liberarse de cualquier presunción de omnipotencia y de poner humildemente las propias capacidades y los propios dones al servicio del bien común”.

Reflexión: ¿Será verdad que nos hemos convertido en contadores de la última crónica política del día o de la noche; de lo último sobre “los detalles escabrosos de un crimen pasional que no afecta a nuestras vidas”, o sobre “alguna sandez de algún personaje famoso?”.

Son palabras textuales del profesor Jarvis en su monografía titulada *El fin de los medios de comunicación de masas*, una referencia para el emprendimiento y la comunicación digital.

¿Será verdad que hemos dejado de lado –sigo con Jeff Jarvis–, “abrazar la causa de los pobres, los desfavorecidos, de los que han sido objeto de abusos, los olvidados, o simplemente la del pequeño frente al grande”?

Porque “cuando un editor destina a reporteros a exponer una estafa a los consumidores o un fraude en Wall Street, o una apropiación indebida de fondos públicos, eso es defensa”, asegura el profesor.

¿Y qué es defensa? Hablamos de “la defensa de los principios y del público, la verdadera esencia del periodismo”, añade, con el apoyo intelectual de dos pesos pesados: James Carey, profesor de periodismo de Columbia: “La razón última del periodismo, la última palabra, el término sin el cual deja de tener sentido, es el público”. Y Michael Oreskes, editor de *New York Times* y posteriormente de Associated Press: “Las normas, las prácticas y la ética son lo más importante. Sin ellas, no es periodismo”.

Idea textual 7: “También los correos electrónicos, los mensajes de texto, las redes sociales, los foros pueden ser formas de comunicación plenamente humanas. No es la tecnología la que determina si la comunicación es auténtica o no, sino el corazón del hombre y su capacidad para usar bien los medios a su disposición –concluye el Papa Francisco–”.

“Las redes sociales son capaces de favorecer las relaciones y de promover el bien de la sociedad, pero también pueden conducir a una ulterior polarización y división entre las personas y los grupos. El entorno digital es una plaza, un lugar de encuentro, donde se puede acariciar o herir, tener una provechosa discusión o un linchamiento moral. Pido que el Año Jubilar vivido en la misericordia ‘nos haga más abiertos al diálogo para conocernos y comprendernos mejor; elimine toda forma de cerrazón y desprecio, y aleje cualquier forma de violencia y de discriminación’” (*Misericordiae vultus*, n. 23).

Reflexión: Teresa Barceló, coordinadora del pionero Grado de Comunicación Digital en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de esta Universidad CEU San Pablo, en el que acaba de graduarse la primera promoción, comenta esta idea:

“Las redes sociales son un foro de comunicación como cualquier otro. En una conversación normal te relacionas con un número de personas, con los que se comparten ideas. Y resulta que llegas a las redes, en las que todos estamos igualados, por decirlo de algún modo. Puedes hablar con un director de un medio de comunicación, un profesor, y

también con una persona que pasa por la calle y no tiene especial formación, un señor que trabaja en un bar..., todos estamos en el mismo foro.

En la vida normal nos juntamos con personas más afines, pero en las redes sociales es más fácil el enfrentamiento porque la relación no es cara a cara. Y hay gente que es más dada al enfrentamiento, le gusta chocar, y encuentra el foro perfecto para lanzar sus gritos, y que otros les puedan seguir”.

“El mismo Jeff Jarvis, cuando estuvo aquí en la Universidad, puso un ejemplo personal: había adquirido un ordenador de una marca concreta, y en un momento dado, le falló. En el rebote, puso un post en su blog, que siguen miles de personas, porque es un *influencer*, y se dio cuenta de nuevo que podía perjudicar seriamente a la compañía, como efectivamente sucedió”.

“Veo muchas veces quejas relativas a empresas, que pueden dañar su reputación –añade Teresa Barceló–. Alguien ha pedido un encargo y llega roto o confundido. Ahora se comenta de inmediato en la red social, y en un momento se puede hacer mucho daño, porque está descontrolado”.

A su juicio, “la comunicación está cambiando tanto, que en estos momentos hay que tener muchas variables. Si un tercero habla de ti, y la gente le cree más que a ti, tienes un problema”. Barceló se refiere en este caso a los *youtubers*, naturalmente, pero no sólo a los *youtubers*.

Las reflexiones podrían multiplicarse, pero es hora de concluir.

Muchas gracias al Papa Francisco, por su mensaje, a Jeff Jarvis, a Teresa Barceló y también a profesores y periodistas cuyas ideas no hemos podido desarrollar ahora, pero que han orientado algunas de las reflexiones. Por ejemplo, a Giovanni Tridente, redactor de la revista *Palabra* en Roma y profesor universitario, que ha publicado con Bruno Mastroianni el libro *La missione digitale. Comunicazione della Chiesa e social media*. El agradecimiento también al profesor Gabriel Galdón, por sus reflexiones sobre el “sexto periodista” y el sentido vocacional de esta profesión, y también a Xyskia Valladares y a Rafael Rubio por sus ponencias en este mismo Congreso el año pasado.

Termina el Santo Padre: “El encuentro entre la comunicación y la misericordia es fecundo en la medida en que genera una proximidad que

se hace cargo, consuela, cura, acompaña y celebra. En un mundo dividido, fragmentado, polarizado, comunicar con misericordia significa contribuir a la buena, libre y solidaria cercanía entre los hijos de Dios y los hermanos en humanidad”.