

## PRESENCIA ECLESIAL EN LA CULTURA MEDIÁTICA

(II)

### 1. AMISTAD O DIVORCIO

El estudio sobre la presencia eclesial en la era mediática se puede hacer de modos muy diversos. En pro de la concreción es preferible hacerlo con la mirada puesta en la iglesia local (al menos en el ámbito de una nación, como la española) que en el ámbito universal. Otra restricción que propongo en esta exposición es centrarme desde el principio en los aspectos más polémicos de esta presencia, como son todos los relacionados con el fenómeno de “desencuentro” entre algunos medios de comunicación y algunas instituciones eclesiales en referencia al desarrollo de la información –o de la desinformación– religiosa. Todos los demás aspectos (presencia institucional-profesional, pastoral, cultural, y mediática –con medios propios–) son susceptibles de hablar de ellos al hilo del estudio de este fenómeno que, hoy por hoy, centra la preocupación, al menos de la Iglesia, respecto a su presencia en el mundo de los medios.

La cuestión sobre la desinformación religiosa es de rabiosa actualidad. Según José Manuel Vidal, redactor de información religiosa en el diario EL

MUNDO, si “existe un desencuentro creciente entre la Iglesia católica y los medios de comunicación”, es porque la Iglesia es culpable de “secretismo, falta de transparencia, lenguaje ininteligible, miedo y cerrazón”<sup>(1)</sup>. Por su parte, los obispos españoles han dejado bien claro que no piden a los medios “un trato privilegiado, sino el adecuado y armonizado ejercicio de derechos y libertades de los que los medios, a pesar de su poder e influencia, no están dispensados”. Tampoco exigen un trato especial cuando piden a los medios “mayor objetividad a la hora de informar sobre la vida y actividad de la Iglesia”, lo que no significa silenciar las deficiencias, “sino que no se fijen exclusivamente en ellas hasta el punto de hacer de lo anecdótico categoría y olvidar, en consecuencia, el inmenso activo de contenidos positivos que tanto en el campo religioso como en el social y cultural poseen las instituciones eclesiales y sus miembros”. Denuncian, de hecho, que “cuando la realidad de la que los medios han de dar cuenta no es reflejada de forma completa y objetiva, además de resentirse la propia credibilidad de los medios, se defrauda a la opinión pública y se atenta contra el derecho al buen nombre y reputación, que no es patrimonio exclusivo de las personas individuales, sino también de las instituciones, entre ellas la Iglesia”<sup>(2)</sup>.

Si hay problemas y dificultades entre los Medios de Comunicación y la Iglesia, y si tanto los medios como la Iglesia están llamados a proponer soluciones a los mismos, sería injusto no reconocer en el punto de partida que existen también puntos de encuentro, y de encuentro fructífero y satisfactorio entre ambos. Y que, existiendo lazos de unión, experiencias gratificantes, sería tan absurdo como inútil no partir de ellos a la hora de buscar soluciones. Entre estos logros y caminos ya abiertos de confluencia yo señalaría los siguientes:

- La creciente profesionalización de las oficinas de información de las diócesis, las congregaciones religiosas, las asociaciones apostólicas y los movimientos eclesiales, en el contexto de una también creciente valoración eclesial de la importancia en general de la cultura mediática, conformadora de la nueva sociedad de la información, y de los medios de comunicación en particular.
- La creciente superación de caricaturizaciones pseudo-políticas e ideológicas de los líderes de opinión religiosa y de los profesionales de información religiosa.
- El crecimiento y fortalecimiento de medios de comunicación eclesiales y de una cada vez mayor participación de profesionales de la comunicación (vinculados a los más diversos ámbitos de la

---

(1) Cf.: J.M. VIDAL, “Iglesia y medios, a un paso del divorcio”, *El Mundo*, Madrid, 5 de junio de 2002, p. 60.

(2) Cf.: COMISIÓN EPISCOPAL DE MCS DE LA CEE, “Comunicar en Evangelio en la sociedad de la información”, *Ecclesia*, Madrid, 2002, pp. 647-675.

información y de la opinión periodísticas) en la vida de la Iglesia. Se trata de dos signos positivos no entendidos en clave de “penetración”, sino en clave de “encuentro y diálogo” por el que el mundo de los medios puede tener un acceso más directo, vital y verdadero con la experiencia eclesial, y viceversa, la Iglesia se acerca más a través de los “medios católicos” y de los “católicos en los medios” al mundo de la comunicación social.

- La creciente relación de ayuda mutua, superando las limitadoras reservas de la competitividad, de los informadores religiosos entre ellos mismos, y su sincera búsqueda de diálogo con las instituciones religiosas.

Desde el reconocimiento de estos pasos, ciertamente todos ellos inconclusos, propongo las siguientes consideraciones. Se trata de meras puntualizaciones que en ninguno de los apartados pretenden ser ni todas ni las únicas posibles y necesarias. Son las siguientes:

- Algunas puntualizaciones sobre la información religiosa, objeto principal de la relación entre medios de comunicación social e Iglesia al abordarse desde la perspectiva de la comunicación institucional de la Iglesia.
- Algunas puntualizaciones sobre el diagnóstico y la etiología del fenómeno, no menos creciente, de la “desinformación religiosa”.
- Algunas puntualizaciones sobre la reflexión eclesial en estos temas y sobre los cometidos de la comunicación institucional de la Iglesia, a la luz del magisterio eclesial sobre la comunicación social.

## **2. ALGUNAS PUNTUALIZACIONES SOBRE LA INFORMACIÓN RELIGIOSA**

### **2.1. UNA INFORMACIÓN AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD**

El primero de todos es que la información religiosa no responde ni al interés de la Iglesia en ser conocida, en su ser permanente y en su quehacer cotidiano, a través de los medios de comunicación social; ni al interés de los medios en ofrecer este tipo de información. En lo que se refiere a la información, tanto los medios de comunicación social como los organismos de comunicación institucional de la Iglesia están al servicio de la sociedad en su conjunto. Esto es, del derecho de los miembros de esta sociedad a estar bien informados. Partir de este servicio común sitúa, creo yo, las cosas desde unas exigencias éticas de humildad y de colaboración que no se proponen a nivel parenético, sino deontológico y jurídico.

La filosofía común de todos los códigos deontológicos de la profesión periodística defiende que la profesionalidad –y esta incluye tanto a los profesionales de los medios como a los de los gabinetes de comunicación– esta basada en esta primacía del servicio a los públicos, que tiene derecho a una información veraz y objetiva sobre todas y cada una de las realidades humanas y sociales que les interesa, incluida la realidad eclesial y todas aquellas realidades que hagan referencia a las constantes humanas y culturales de búsqueda de sentido, de religación y de expresión religiosa.

Este “derecho a la información religiosa” está sustentado sobre dos pilares: el derecho a la libertad de expresión y de información, amparado por el artículo 20 de la Constitución Española; y el derecho a la libertad religiosa, también reconocido en el artículo 16 de nuestra Constitución, y en el vigente concordato entre el Estado Español y la Santa Sede<sup>(3)</sup>. Por otro lado, la misma libertad religiosa y sus repercusiones en el ámbito de la deontología periodística, esta también reconocida por la mayoría de los códigos deontológicos<sup>(4)</sup>.

Se trata de un derecho que se traduce, en el ejercicio práctico de la información periodística, a algunos mínimos exigibles como son el derecho a la precisión informativa, a la matización y a la contextualización. Es de todos bien conocido que la falsificación de muchos hechos informados y la inverosimilitud de muchas valoraciones publicadas no parten de la absoluta invención o falsedad, sino de la distorsión producida porque los datos publicados no son precisos, la línea argumental desconoce o prescinde de los matices, y en general la información está presentada fuera de su contexto, de su naturaleza, de su realidad. La más inmediata y concreta prevención para garantizar estos derechos está en la

---

(3) “Los Acuerdos entre España y la Santa Sede, firmados el 3 de enero de 1979 en la Ciudad del Vaticano, apenas transcurrido un mes desde el referéndum del 6 de diciembre de 1978, en virtud del cual quedaba reconocida y aceptada por el pueblo la nueva Constitución Española, son el instrumento jurídico por el que se regula y hace efectiva la libertad de la Iglesia en España en el marco general de un régimen de libertades. Su carácter de *derecho internacional público* ha de ser entendido en el sentido en el que lo hace la misma Constitución en su Artículo 96, 1, donde se establece que *Los tratados internacionales válidamente celebrados, una vez publicados oficialmente en España, formarán parte del ordenamiento interno*”: Cardenal ROUCO VARELA, Conferencia pronunciada en el Club Siglo XXI, el 15 de marzo de 2001.

(4) “La libertad religiosa es un derecho humano fundamental, que debe ser respetado y tratado con la misma objetividad e imparcialidad que cualquier otro asunto de interés público. Esta idea está reflejada en todos los códigos deontológicos de los medios de comunicación social en los que se habla de la responsabilidad de los informadores por relación a las instituciones sociales básicas, cuales son la familia, la Iglesia y el Estado. Algunos códigos censuran también la falta de respeto a las convicciones o creencias religiosas. También la ridiculización de los cultos y sus ministros. En la filosofía de los códigos, que en la mayoría de los casos es la de las Naciones Unidas, la dimensión religiosa del hombre es reconocida como uno de los derechos humanos fundamentales. Pero hay países en los que no se respeta la libertad religiosa”: N. BLÁZQUEZ, *La nueva ética en los medios de comunicación*, BAC, Madrid, 2002, p. 553.

preparación y formación de los comunicadores, que parte de dos supuestos: el del valor de la información religiosa, y el de su carácter de especialización.

## 2.2. UNA INFORMACIÓN ESPECIALIZADA

La información religiosa –otra cosa son los diversos usos loables y legítimos de la comunicación para la propagación de ideas, la formación, la instrucción o la educación religiosas– ha de ser considerada una información especializada a la par de las demás especializaciones informativas como son la información política, económica, cultural, social, deportiva o sanitaria, o de cualesquiera otra más amplia tipología de la información especializada<sup>(5)</sup>. Esta caracterización, a mi modo de ver, a de ser considerada con carácter definitorio en relación a las obligaciones y derechos de la información, pero con carácter más relativo en relación a las limitaciones del objeto y de la forma de la misma. Quiero decir con esto que el que este bien claro que los públicos tienen derecho a la información religiosa del mismo modo que a cualquier otro tipo de información, y que los profesionales encargados de la misma han de tener la misma preparación especializada que la que tienen los responsables de otras materias informativas, esto no quiere decir, por un lado, que el cintillo “religión” de los periódicos o la “programación religiosa” de las radios y las televisiones sean el único cauce de expresión formal de dichas informaciones. Y por otro lado, tampoco quiere esto decir que se trate de una información hermética, como veremos más adelante.

## 2.3. UNA INFORMACIÓN DEMANDADA

¿Quién determina si una información es o no es de interés público? En las aulas universitarias de la carrera de periodismo no tarda mucho en suscitarse esta pregunta. Y la mayoría de los profesores vienen a reconocer que, además de algunos presupuestos objetivos insalvables, a la postre es el informador el que, en conciencia, decide la respuesta. Y para darla, a sabiendas de que se juega en ella el principal y elemental discernimiento ético de la manipulación informativa, que es el de la selección, el recurso definitivo es esencialmente subjetivo: ¿me

(5) “Metodológicamente es conveniente distinguir entre información religiosa en general y periodismo religioso propiamente dicho. El informador sobre noticias religiosas debe actuar con la competencia y responsabilidad exigibles a cualquier otro informador”: *Ibidem*. La simple lectura de la definición de Información Periodística Especializada (IPE) muestra que, en el terreno que nos ocupa, cualquier parecido con la realidad es mera coincidencia: “Definiremos IPE como 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”: J. FERNÁNDEZ DEL MORAL, “Información periodística especializada” en A. BENITO, *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid, 1991, p. 766.

interesa a mí? El criterio no es desafortunado, siempre y cuando la conciencia del informador este libre de prejuicios. Tanto los informadores de las agencias de noticias y de los medios de publicación y de difusión para los públicos, como los responsables de las oficinas de información institucional y de las agencias de información institucionales se juegan aquí el primero y decisivo eslabón de una información religiosa veraz y objetiva. Huelga decir que mayor aún es la responsabilidad de los artífices de la tematización y orientación de los empresarios de la comunicación o de las instituciones afectadas.

Aunque es cierto, como dice Juan Pablo II, que “la religión está hoy día presente en la corriente de informaciones de los medios de comunicación social”<sup>(6)</sup>, parece a primera vista sospechoso que, no tanto la cantidad, como la calidad de la información religiosa, no corresponde suficientemente a la demanda real que los públicos tienen de la misma. El mismo Santo Padre propone que “para analizar este fenómeno, sería necesario interrogar a los lectores de los periódicos, a los telespectadores y a los oyentes de las estaciones de radio, por que no se trata de una presencia impuesta por los medios, sino de una demanda específica por parte del público a la que los responsables de la comunicación de masas responden concediendo más espacio a la información y al comentario de temas religiosos. En el mundo entero, existen millones de personas que recurren a la religión a fin de conocer el sentido de su vida, millones de personas para las cuales la relación religiosa con Dios, Creador y Padre, es la más feliz de las realidades de la existencia humana. Los profesionales de la comunicación lo saben bien, por lo que deben tomar nota de este hecho y analizar sus implicaciones”<sup>(7)</sup>.

#### 2.4. UNA INFORMACIÓN COMPLEJA

Religión e información no son antagonicos. Desde el punto de vista de la información, parece evidente que tanto la historia como la fenomenología de la comunicación social son inseparables de la secular comunicación religiosa, sin igual coincidente en la característica de una intencional novedad del mensaje y universalidad de su recepción. La comunicación cristiana, a más, constituye la primera y principal comunicación globalizadora de la historia. Pero no por ello la información religiosa en general, y la eclesial en particular, son simples y fáciles<sup>(8)</sup>. La naturaleza misma del hecho religioso, y la peculiaridad de su

(6) JUAN PABLO II, “Mas espacio e interés para la información religiosa”, *Ecclesia*, Madrid, 1989), p. 334. Original en francés: *Insegnamenti di Guiovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1989, pp. 163-168. (Mensaje con motivo de la XXIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, hecho público el 24 de Enero de 1989).

(7) *Ibidem*.

(8) “El historiador norteamericano J. Sommerville ha escrito recientemente que las noticias y la religión son, probablemente, antagonicos: –Las noticias sólo se preocupan del cambio, mientras la religión centra su atención en cuestiones eternas (...) La religión ocupa un papel

lenguaje, la hacen informativamente compleja. Al menos respecto a los parámetros de la actual configuración de la información periodística con sus características comunes y con las propias de cada medio de comunicación.

No voy a ahondar en los pormenores de esta complejidad, que abarca tanto ámbitos subjetivos del informador como objetivos del hecho religioso, pero sí quiero apuntar algo que aquí resulta de gran interés: cuales son los específicos requisitos que esta complejidad comporta para el informador religioso –tanto el que está tras el mostrador de la comunicación institucional como el que está delante, en la puerta abierta para los medios–, a saber: respeto, comprensión, y sensibilidad respecto a lo religioso. Sin respeto a la vivencia religiosa, la noticia religiosa se convierte en mera percha informativa para desplegar el archiconocido abanico de los tópicos, las fobias y los prejuicios; sin la comprensión, la noticia religiosa caerá siempre en las redes de la superficialidad y la distorsión; sin la sensibilidad, la noticia religiosa se quedará siempre fuera de su verdadero ámbito de realidad, la más honda dimensión de la búsqueda y del encuentro humanos. En cambio, respeto, comprensión y sensibilidad le darán a la noticia religiosa siempre profundidad, objetividad, e incluso atracción.

La petición que el Papa hace en este sentido a los periodistas tiene el tono humano y el talante pastoral de una profecía: “He aquí mi petición: Conceded a la religión todo el espacio que estiméis deseable en la comunicación de masas. *Abre las puertas...; tú garantizarás la paz (cfr. Is. 16, 2a, 3a)*. Esto es lo que pido en favor de la religión. Veréis, queridos amigos, que estos temas religiosos os apasionarán en la medida en que sean presentados con profundidad espiritual y con competencia profesional. Abierta al mensaje religioso, la comunicación ganará en calidad y en interés”<sup>(9)</sup>. Eso sí, el mismo Papa apunta bien alto cuando

---

(...) importante en la vida de gran parte de la población, pero las noticias no pueden darnos la esencia del asunto, cualquiera que sea la orientación del informador (...) El periodista Malcom Muggeridge, que al final de su vida se convirtió al catolicismo, reconoció en cierta ocasión con tristeza: *A menudo he pensado que si hubiera sido periodista en Tierra Santa en tiempos de Jesucristo, me hubiese dedicado a averiguar lo que ocurría en la corte de Herodes, habría intentado que Salomé me concediera la exclusiva de sus memorias, hubiera descubierto lo que estaba tramando Pilatos, y me habría perdido por completo el acontecimiento más importante de todos los tiempos*”: G. GALDÓN LÓPEZ, *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Eunsa, Pamplona, 1999, pp. 38-39.

(9) JUAN PABLO II, “Mas espacio e interés para la información religiosa”, *Ecclesia*, Madrid, 1989, p. 334. Original en francés: *Insegnamenti di Guiovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1989, pp. 163-168. (Mensaje con motivo de la XXIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, hecho público el 24 de enero de 1989). Bastaría simplemente fijarse en la profusión y en la calidad de información suscitada por este pontificado internacionalmente para darse cuenta de ello. El mismo Juan Pablo II dice que una prueba del interés de la información religiosa es “el eco que han tenido y tienen en los periódicos los debates teológicos, las iniciativas pastorales de las Iglesias locales y su compromiso en el ámbito de la justicia social y derechos humanos”: JUAN PABLO II, “La Evangelización también es comunicación”, *Ecclesia*, Madrid, 1984, pp. 166-167, 171. Original en italiano: *Insegnamenti di Guiovanni Paolo II, VII-1*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1984), pp. 172-180. (Audiencia a periodistas de diversas naciones en Roma, el 27 de enero de 1984).

describe el perfil del tipo de comunicador capaz de hacer bien esta información: “Ahora bien, para captar personalmente el acontecimiento religioso (...) así como su contenido profundo y para transmitirlo a otras personas de forma correcta mediante la palabra y la imagen, se necesita algo más que talento de escritor o un teleobjetivo o material fotográfico de primera categoría. Se necesita además el ojo y el corazón de un hombre que esté abierto a los valores y verdades espirituales y religiosas, que esté dispuesto a buscarlos. Se necesita, sobre todo, la palabra del comentador que explique, profundice y valore esos muchos acontecimientos religiosos y transmita a sus lectores, oyentes y espectadores el sentido profundo de los mismos. Ello exige del que trabaja en el campo de los medios de comunicación, no sólo el dominio de la técnica que conlleva su oficio, sino además la actitud de un hombre dotado de corazón y de conciencia, de una sensibilidad humana y un sentido de responsabilidad profundos”<sup>(10)</sup>.

## 2.5. UNA INFORMACIÓN ABIERTA

Otra característica de la información religiosa es el carácter capilar y multidisciplinar de la misma. La temática religiosa es, informativamente hablando, inter-vinculante. No podía ser otra forma, si reconocemos que la mirada que la Iglesia tiene de si misma no es autoreferente, sino misionera. La Iglesia se reconoce a si misma pero no en si misma, sino en quien la envía y en el mundo al que es enviada. Expresiones típicas de todos conocidas de Juan Pablo II, como que “el camino de la Iglesia es el hombre”, o que “el centro de la Iglesia esta en su frontera con el mundo” son tan sólo una muestra de esta perspectiva. Bastaría con estar atento al magisterio de la Iglesia para darse cuenta de que ni la economía ni la globalización, ni la educación ni la comunicación social, ni la sociología ni la psicología, ni la política ni el arte, ni la demografía ni el resto de las ciencias, ni ningún tipo de expresión cultural, es ajena a la mirada de la Iglesia, que con su magisterio, con la teología de las cosas temporales, y con la praxis pastoral, le da aliento, orientación, y en definitiva humanización evangelizadora.

Si el informador es un profesional de la cultura atípico, tal vez el valuarte de la única profesión que requiere humanistas, es decir, expertos en todo, o al menos conocedores en todo, el informador religioso encuentra en su campo de especialización una auténtica escuela de formación permanente, pues, como dice Juan Pablo II, “el informador religioso ha debido adquirir una serie de conocimientos que lo han llevado a interesarse por todos los aspectos de la realidad humana y social de nuestro tiempo: desde la dimensión religiosa, obviamente, a la política, a la economía, a los grandes temas de hoy, como la paz,

---

(10) JUAN PABLO II, “Colaborar en la difusión del mensaje evangélico”, Edición semanal en castellano de *L'Osservatore Romano*, Roma, 1984, p. 447. (Discurso a los representantes de los medios de comunicación social del 16 de junio de 1984).



el desarme, el desarrollo, los problemas de la familia, de la juventud, de la cultura, etc...”<sup>(11)</sup>.

## 2.6. UNA INFORMACIÓN HUMANA

“A la gente le interesa la gente” nos repetía continuamente a los miembros de la redacción el director del semanario en el que yo escribía cuando estudiaba periodismo. Además de ser una expresión sintética del principio básico del nuevo periodismo, sitúa nuestra descripción de la información religiosa en el quicio de su centralidad. Si la más alta y segura apoyatura de la capacidad de atracción de la comunicación informativa está en la trama humana de las noticias, en el caso de la información religiosa la trama humana coincide además con su más natural y universal lenguaje. Si el mejor vínculo entre emisor, receptor y mensaje es la trama humana de los tres elementos comunicativos, la información religiosa más perfecta se da cuando el emisor pone en juego su capacidad de inquietud y de asombro humano ante la trama humana de la que informa, de modo que suscita en el receptor una inquietud y asombro semejantes que hacen referencia a su también personal trama humana.

Si dejamos a un lado el tratamiento, ciertamente apasionante, sobre la trama humana del informador y del informado, y nos detenemos un instante en la trama humana de la noticia, la afirmación esta servida: la información religiosa es sobresaliente en cuanto a historias humanas. La razón es doble. En virtud de su objeto, que por definición del hecho religioso en sí, antes de ser la institución religiosa o su relación con otras instituciones o hechos, es la experiencia humana y comunitaria concreta y transformante que se opera. Y en virtud del mismo lenguaje religioso y comunicativo. Siempre se ha transmitido lo religioso a través del relato, y de los diversos géneros literarios –y también periodísticos– del mismo. Como dice el más famoso de los reporteros free lance del mundo, Jhon Berger, “conocemos los milagros gracias a los relatos”<sup>(12)</sup>.

¿Nos hemos dado cuenta de que fuera de esta sala, y tal vez también dentro de esta sala, nos esperan centenares de historias que ya querrían para sí los

(11) *Ibidem*.

(12) “Pero, ¿por qué es necesario relatar historias como ésta? ¿Por qué relatamos historias? (...) A veces parece que el relato tenga una voluntad propia, la voluntad de ser repetido, de encontrar un oído, un compañero. Como los camellos cruzan el desierto, así los relatos cruzan la soledad de la vida, ofreciendo hospitalidad al oyente, o buscándola. Lo contrario de un relato no es el silencio o la meditación, sino el olvido (...) En qué consiste el acto de narrar? Me parece que es una permanente acción en la retaguardia contra la permanente victoria de la vulgaridad y de la estupidez. Los relatos son una declaración permanente de quien vive en un mundo sordo. Y esto no cambia. Siempre ha sido así. Pero hay otra cosa que no cambia, y es el hecho de que, de vez en cuando, ocurren milagros. Y nosotros conocemos los milagros gracias a los relatos”: Entrevista a Jhon Berger, del periodista polaco R. KAPUSCINSKI, *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*, Anagrama, Barcelona, 2002), pp. 100-101.

buscadores de exclusivas, y que ni se las imaginan porque desconocen este campo específico de la información que es la vida de la fe y de la Iglesia? La respuesta la dio el mismo José Manuel Vidal en las navidades de 2001 con ese monográfico sobre cien santos del 2002 <sup>(13)</sup>. La respuesta, desde su peculiar atalaya en estos lindes, la da magistralmente Juan Pablo II cuando nos habla del “scoop” de los “santos ocultos”: “El periodismo contemporáneo con frecuencia rebusca entre los *pecadores ocultos* en la sociedad, para que sus crímenes queden patentes y así curar la sociedad. Claro es que este servicio puede ser saludable. Pero también quiero esperar que el periodismo católico contemporáneo sobre todo ponga en evidencia a los *santos ocultos*, a esos hombres y mujeres humildes que enseñan a los jóvenes, cuidan a los enfermos, aconsejan a las personas acongojadas, esos siervos ocultos de Dios que viven de verdad el Evangelio. Alaban a Jesucristo con sus vidas; el conocer más su trabajo escondido, humilde y heroico ayudaría a otros a alabar a Jesucristo. En un mundo tantas veces dividido por guerras y odios, y maleado con tanta frecuencia por pecados y egoísmos, la abnegación y servicio de otros en nombre de Jesús, merecen ciertamente ser noticia” <sup>(14)</sup>.

### 3. ALGUNAS PUNTUALIZACIONES SOBRE LA “DESINFORMACIÓN RELIGIOSA”

#### 3.1. DESCRIPCIÓN DE LA DESINFORMACIÓN RELIGIOSA

Como en todos los campos de la información, también la información religiosa tiene su antónimo, la desinformación religiosa. Conviene recordar aquí que la antonimia entre información y desinformación no es sólo lingüística, sino conceptual: independientemente de que la desinformación sea fruto de la negligencia informativa (sub-información) o de una intencionada confusión de la opinión pública (intoxicación informativa), los efectos de la desinformación no son la limitación ni la carencia de información, sino la información contraria, es decir, el embuste, la falsedad, la mentira.

Los efectos sociales perjudiciales de cualquier tipo de desinformación son impredecibles. Juan Pablo II lo explica perfectamente cuando dice que “hábilmente subrayados, o frases destacadas, como igualmente silencios dosificados, revisten, en la comunicación, un significado profundo. Por tanto, las formas y los modos

(13) *Magazine de El Mundo*, n. 118, del 30 de diciembre de 2001.

(14) JUAN PABLO II, “Alabar a Jesucristo en todo lo que decimos y escribimos”, Edición semanal en castellano de: *L’Osservatore Romano*, Roma 1985, p. 202. Original en inglés: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II, VIII-1*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1985, pp. 685-687. (Discurso a los miembros de la Unión Católica de la Prensa –UCIP–, del 21 de marzo de 1985).

con los que se presentan problemas y situaciones tales como el desarrollo, los derechos humanos, las relaciones entre los pueblos, los conflictos ideológicos, sociales y políticos, las reivindicaciones nacionales, la carrera de armamentos, para citar solamente algunos ejemplos, influyen directa o indirectamente en la formación de la opinión pública”<sup>(15)</sup>.

Pero si cada tipo de desinformación tiene su aquel, la desinformación religiosa no podía ser menos. El Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales la describe magistralmente en el documento “Ética en las Comunicaciones Sociales”: “Entre las tentaciones de los medios de comunicación social están el ignorar o marginar las ideas y las experiencias religiosas; tratar a la religión con superficialidad, quizá hasta con desprecio, como un objeto de curiosidad que no merece una atención seria, promover modas religiosas con menoscabo de la fe tradicional; tratar a los grupos religiosos legítimos con hostilidad; valorar la religión y la experiencia religiosa según criterios mundanos de lo que debe ser; preferir las concepciones religiosas que corresponde a los gustos seculares a las que no corresponde; y tratar de encerrar la trascendencia dentro de los confines del racionalismo y del escepticismo. Los actuales medios de comunicación social reflejan la situación post-moderna del espíritu humano encerrado dentro de *los límites de su propia inmanencia, sin ninguna referencia a lo trascendente* (Cf.: *Encíclica Fides et ratio*, 81)”<sup>(16)</sup>.

- 
- (15) JUAN PABLO II “Una información serena, magnífica contribución a la causa de la paz”, mensaje citado, n. 3. Esta descripción del Papa se inscribe perfectamente en el concepto de manipulación informativa: “Manipular los medios de comunicación o mass media implica intervenir deliberadamente en los datos de modo que, sin anularlos del todo, den a la noticia un sentido distinto del original en función de unos intereses preconcebidos por parte del emisor. Y todo ello de tal forma que el receptor no pueda percatarse de esa intervención sin recurrir a otras formas de información”, N. BLÁZQUEZ, *o.c.*, p. 40.
- (16) CONSEJO PONTIFICIO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, “Ética en las Comunicaciones Sociales”, Edición semanal en castellano de: *L’Osservatore Romano*, Roma, 2000, pp. 299-303. Original en Italiano en: *Etica nelle Comunicazione Sociale* (Libreria Editrice Vaticana: Città del Vaticano: 2000), 45 pp. (Documento del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales publicado con motivo del Jubileo de los periodistas del 4 de junio de 2000, en el marco del Año Santo Jubilar). Los listados de características de la desinformación religiosa no son elaborados sólo por los analistas del fenómeno y por los “dagnificados” por el hecho, sino también por parte de los mismos comunicadores “confesantes” del mismo: “Vamos a empezar por señalar a grades rasgos los defectos en que solemos incurrir los periodistas cuando nos acercamos a la información religiosa o cuando decidimos lo que entra en esta sección: 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 de este terreno; afán de destacar todo aquello que disuena y, por 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 mucho interés; selección parcial de los documentos para atender a los que se prestan a la discusión o surgen de personajes 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

La descripción de Juan Pablo II tampoco es manca: “A veces la *óptica de la Iglesia* es ignorada y desfigurada. Enseñanzas y actividades, en lugar de ser sometidas a la criba de una serena matización, subyacen a análisis perjudiciales, en los cuales la interpretación subjetiva sacrifica o anula la información objetiva. Entonces la herida está hecha, incluso antes que a la Iglesia, a la verdad”<sup>(17)</sup>. Sea cual sea la “cocina” de la desinformación religiosa<sup>(18)</sup>, podemos hablar, para mayor ahondamiento, de tres reduccionismos típicos de la misma<sup>(19)</sup>:

- *Reduccionismo temático*: cuando prima como información religiosa lo que tiene implicaciones inmediatas en la cotidianidad política, o lo que sirve de escándalo para la sección de sucesos; y se priva a los públicos de la variedad y riqueza de la vida de las comunidades cristianas, cuyo interés público, tratándose de aspectos humanos y sociales de la información, es demandada hoy más que nunca.
- *Reduccionismo subjetivista*: cuando la religión de la que se informa se presenta como la vivencia intimista de algunos personajes extravagantes o algunos grupos anacrónicos, claro esta, siempre que aporten “morbo” y “escándalo”, o como cuando se implora el más absoluto silencio en los medios de comunicación y en los foros de debate público la realidad religiosa porque para que se extinga antes, lo mejor es ignorarla –esta expresión es habitual en muchos columnistas fijos de la prensa diaria–. Porque en un estado laico –entendido como laicista– y en una sociedad liberada de “ataduras religiosas”, los “sentimientos religiosos” deben quedar en el reducido ámbito del mutismo y del interiorismo psicológico.
- *Reduccionismo dialéctico*: cuando la vida de la Iglesia desdibujada por un prejuicio laicista, tiene que estar llena de intrigas, conflictos y claro

---

(...) 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 la Iglesia”: J. CANTAVELLA, “El informador religioso ante la Iglesia y la sociedad”, en *AAVV*, Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual), Ayuntamiento de Guadalajara, 2002, p. 444.

(17) JUAN PABLO II, “Comunicar a Jesús, camino, verdad y vida”, *Ecclesia*, Madrid, 1997, p. 390-391. Original en inglés: *PCSC - History and Pertinente Documents* (CD-ROM by Pontifical Council for Social Communications: Roma 1999) - (Mensaje de la XXXI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, hecho público el 24 de enero de 1997).

(18) Esta es una posible descripción de la misma: “Primero se reduce el mensaje al mínimo. Después, se piensa el modo de mentar los móviles torcidos y de recordar el pasado descalificador. Se da voz a los que piensan lo contrario. Se recogen todos los detalles peregrinos, absurdos o antipáticos. Y se cogen las fotos más grotescas”: J.L. LORDA, “La desinformación religiosa”, *Ecclesia*, Madrid, 2000), pp. 138-140.

(19) Cf.: M.M. BRU: “Desinformación religiosa y Conferencia Episcopal”, *Ciudad Nueva*, n. 353, Madrid, abril 1999, pp. 24-25.

está, antagonismo de derechas e izquierdas. Se suele aplicar la teoría del conflicto, según la cual lo más importante de toda organización social es su progresiva capacidad de renovación y de adaptación desde la lucha dialéctica interna de sus grupos. Si ya para cualquier institución resulta reductiva esta teoría, deudora de la visión marxista de los procesos históricos, más lo es para la Iglesia, en cuanto pueblo que desde hace dos mil años se entiende a sí mismo como misterio de comunión.

### 3.2. ETIOLOGÍA DE LA DESINFORMACIÓN RELIGIOSA

El origen remoto de la desinformación religiosa habría que encontrarlo en el combate cultural que se libra desde que el hombre es hombre en la configuración social de las cosmovisiones y de las ideas matrices y motoras de la historia, que Juan Pablo II ha definido como la “lucha por el alma de este mundo” “La Iglesia renueva cada día, contra el espíritu de este mundo, una lucha que no es otra cosa que la lucha por el alma de este mundo. Si de hecho, por un lado, en él están presentes el Evangelio y la evangelización, por el otro hay una poderosa antievangelización, que dispone de medios y de programas, y se opone con gran fuerza al Evangelio y a la evangelización. La lucha por el alma del mundo contemporáneo es enorme allí donde el espíritu de este mundo parece más poderoso”<sup>(20)</sup>. No es nada fácil afrontar el estudio de las causas próximas de la desinformación religiosa, pero me atrevería a adelantar aquellas que me parecen más a flor de piel:

#### 3.2.1. CARENCIA FORMATIVA

Una de las principales causas comunes a cualquier tipo de desinformación –y por tanto también a la religiosa– es el fenómeno difícilmente remediable de la interdisciplinaridad de los periodistas (saber de todo, sin llegar a saber suficientemente de nada de modo competente), añadida al estilo periodístico siempre un tanto desenfadado y pretencioso –que formuló espléndidamente Pablo VI<sup>(21)</sup>– y a la tentación permanente de la superficialidad. Pero luego cada

(20) JUAN PABLO II, *Cruzando el umbral de la esperanza*, Plaza & Janes Editores, Madrid, 1994), pp. 124-125. (Libro-entrevista con Vittorio Messori). Se discute el carácter magisterial de este libro-entrevista, no tratándose de ningún documento oficial. En cualquier caso nadie pondrá en duda que en este párrafo nos encontramos con una lectura de un punto particular de Redemptoris Missio de “inigualable autoridad”.

(21) “¡Hablar a los periodistas es para temblar! ¡Los periodistas son los profesionales de la palabra, los expertos, los artistas, los profetas de la palabra! Se les puede atribuir lo que Cicerón dice del orador: *omnia novit*: el periodista *lo sabe todo*; el virtuosismo de su pensamiento y de su lenguaje es capaz de embarazar a cualquiera que se atreva a dialogar con él, aunque el interlocutor cuente con una palabra grave y densa, pues, en comparación con la ágil, dúctil y fácil del periodista, resulta tímida, deslucida, y casi incapaz de subir a los labios. Hablar a los periodistas es temible, si. Son capaces de arrancar una palabra, una alusión, una frase y encontrarle cien significados; su curiosidad es una red tendida, en la cual el incauto que queda prendido, cándido e ingenuo, cae fácilmente, asaltado por cuestiones

especialidad tiene sus peculiares carencias formativas, que varían según giremos el mapa cultural y social.

Ya sea carencia de formación profesional periodística de algunos mediadores institucionales, ya sea la carencia de formación religiosa mínima (de la teología, de la vida de la Iglesia, de su organización, de su vitalidad, de su repercusión cultural y social, etc...), el desconocimiento de lo religioso en la clase periodística es apabullante. Relacionada con el “desinterés” mediático de la segunda causa mencionada, el área de información religiosa es como la asignatura “maría” de las redacciones de muchos medios, que envían a las ruedas de prensa cada vez a un becario distinto, y que no filtran errores descomunales que serían imposibles de mantenerse en otras áreas de la información de esos mismos medios. A veces es el más irrespetuoso e insensible para estos temas el elegido por las redacciones. Sería interesante saber cual es la proporción de envíos para cubrir una información eclesial que no vaya acompañada del conocido consejo profesional “dales caña”, de tan alto nivel deontológico en pro de la objetividad informativa.

### 3.2.2. *DESINTERÉS IDEOLOGIZADO / INTERÉS IDEOLÓGICO*

En relación con la distinción que algunos han hecho de desinformación religiosa errática o sistemática, pero sin necesidad de llegar a una siempre aventurada clasificación de los medios en virtud de estos temas, si que parece objetivamente indiscutible hablar de dos causas concurrentes: el desinterés ideologizado, y el interés ideológico. Parece que algunas informaciones periodísticas de temática religiosa muestran incluso literariamente tal desinterés, desafección, cuando no repulsa no a una noticia particular, sino a la temática religiosa en general, que no es difícil descubrir que el único interés que se puede percibir en ese tipo de informaciones está en la ideologización de fondo que por otro lado se detecta a simple vista por la reiteración de clichés y de tópicos anticlericales<sup>(22)</sup>.

---

(...) inesperadas, por preguntas comprometedoras, por juicios imprevistos, libres y audaces, a veces inexactos y crudos. Hablar a los periodistas. Podría parecer hasta superfluo: lo saben todo, decíamos; no hablan de su pensamiento, se consideran simplemente transmisores de las palabras ajenas y de hechos que no les afectan; se puede sospechar que en el fondo sean un poco escépticos, casi indiferentes, demasiado sagaces al clasificar las opiniones ajenas para que se dejen influenciar y den a lo que escuchan más importancia que la profesional; es decir, el interés por su periódico y no por su propio sentir”: PABLO VI, *Discurso a la Unión de la Prensa Católica Italiana* (del 22 de septiembre de 1963), en J. IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, o.c., pp. 372-373.

(22) “El anticlericalismo es la otra cara errónea del error clericalista. Ambos se necesitan. Todo error necesita del error simétrico de su antagonista para justificarse. Pero lo que hay que oponer al error no es otro de naturaleza opuesta sino la verdad. El anticlericalismo en España tiene el sueño ligero y el más leve ruido basta para despertarlo de su secular sopor (...) La Iglesia, así, en general, sin matices, es culpable. Al fin y al cabo, para los azotadores de sotanas, la Iglesia lleva ya veinte siglos de culpabilidad. Lo más gracioso del

Cabe, con todo, distinguir entre un tipo de desinformación religiosa más intelectual, de la prensa culta, y otro tipo más sensacionalista, de la prensa más amarillista. En la primera el anticlericalismo que rezuma es pura herencia decimonónica; en la segunda, es más bien un anticlericalismo ambiental, de chiste fácil e incultura manifiesta. En el primer caso prima el interés ideológico de aprovechar cualquier percha informativa para descalificar no ya sólo a la Iglesia, sino a los creyentes<sup>(23)</sup>; y en el segundo caso priva el desinterés, pero que ideologizada también la mirada respecto a lo religioso, se torna en interés cuando hay algún caso fantástico, anormal, frívolo, trasgresor, o escandaloso, que sirva de motivo para la mofa y el escarnio, que son los géneros periodísticos habituales de este tipo de prensa<sup>(24)</sup>. Claro está que si la segunda causa mencionada está en relación directa con los profesionales, la primera lo está aún más con los editores y los empresarios de la comunicación.

Estos dos tipos corresponden, a mi modo de ver, a dos claves culturales de la opinión publicada, que son dos tipos diferentes de “anticlericalismo”, o “neoanticlericalismo”, que son diferenciados tanto en su origen sociológico-ambiental, como en su resonancia en firmas periodísticas concretas, como en su carácter organizado o desorganizado:

ANTICLERICALISMO	DESINFORMACIÓN AMARILLISTA O ERRÁTICA	DESINFORMACIÓN IDEOLÓGICA O SISTEMÁTICA
<b>AMBIENTAL</b> (Contexto socio-cultural gral. y del ambiente periodístico).	Desinterés eclesial / Interés por lo morboso y por lo para-religioso.	Interés y preocupación laicista por la influencia religiosa en la sociedad.
<b>PERSONAL</b> (de los profesionales de la comunicación, especialmente líderes de opinión, columnistas, etc.).	Fobias e inhibiciones propias de la cultura débil post-moderna. Expresión más antisistema	Influencia literatura anticlerical decimonónica y planteamiento laicista modernista. Neo-jacobinismo de los 80 ya en crisis.

(...) anticlericalismo es que se pretende hijo de la ilustración cuando es vástago de la ausencia de ilustración y de falta de información (...) el anticlericalismo nunca deja que un hecho le destruya un bonito argumento. Por eso se acoge a la desinformación como la más nutritiva suelo materno. Lo mejor es la generalización. El matiz queda para los tibios y coleccionistas. Que el pueblo llano no entienda de sutilezas y matices (...) Cuando se trata de la Iglesia, el bien es atribuido a la parte y el mal al todo. Es la forma de entender la justicia del viejo, añejo, rancio y arcaico anticlericalismo. Lo de neo no deja de ser sino piadoso recurso retórico, pues la patología es vieja”: I. SÁNCHEZ CÁMARA, “Neoanticlericalismo”, *ABC*, Madrid, 28-8-2001, p. 13.

(23) “Es una cruzada en toda regla basada en una creencia: lo religioso y, sobre todo, lo católico es, por su propia naturaleza, contrario al progreso de la humanidad: es decir, al crecimiento de la ciencia y al despliegue de la libertad”: J.L. LORDA, “La desinformación religiosa”, *a.c.*

(24) “Carente de proyecto intelectual, realiza una desinformación religiosa basada en la frivolidad, el sensacionalismo y la transgresión. El objetivo es ridiculizar lo religioso, el método, buscar la noticia aislada que de juego a lo morboso y escandaloso, y recurrir a los tópicos anticlericales históricos. Pero, más allá de su rechazo visceral a la Iglesia institucional y a su magisterio sobre temas morales, no tiene pretensiones ideológicas, por lo que trata con benignidad las acciones sociales de la Iglesia, o los personajes entrevistados”: *Ibidem*.

<b>ORGANIZADO</b> <b>(líneas editoriales,</b> <b>empresarios de la</b> <b>comunicación, compromisos</b> <b>de los medios, etc.).</b>	Más que organizada, condicionada por la cultura ambiente y por los grupos mediáticos.	Organizada como “causa noble” por grupos mediáticos y de poder cultural, por partidos políticos y grupos sociales.
--	--	--

En este sentido el debate sobre si hay o no hay una campaña orquestada contra la Iglesia a través de los medios de comunicación social es un debate mal planteado, si se propone únicamente en términos coyunturales. No es fácil decir si en este o en otro momento concreto existe una determinada campaña a corto plazo, pero si que estamos ante la más elemental evidencia de que grupos políticos, culturales y mediáticos están en continua campaña orquestada anti-ecclesial, que se traduciría en la anteriormente mencionada “desinformación religiosa sistemática”, porque forma parte de sus principales objetivos editoriales. Si atendemos a lo que dijo en un reportaje televisivo sobre los veinticinco primeros años del actual estado democrático, el que fuera director de uno de los periódicos más importantes de este país, que “España había pasado de ser rural, pobre y católica, a ser urbana, rica y agnóstica, y que si las tres primeras cosas eran sinónimas lo mismo lo eran las otras tres”, y que desde algunos medios de comunicación como el que él había dirigido se había promovido este “cambio”, la campaña está más que reconocida por sus mismos responsables.

El interés de un amplio sector del abanico de representación política por relegar al máximo la influencia social de la Iglesia, considerada una merma para la modernización ideológica del país, y el interés del otro amplio sector, empeñado en sustraer esa influencia de una institución incontrolada desde el poder y que debería dedicarse exclusivamente al culto y la espiritualidad, queriendo acaparar el liderazgo ideológico de los católicos, constituyen dos importantísimos y poderosísimos intereses confluentes, que reproducen el secular y universal intento de someter la libertad de la Iglesia. Cualquier estudiante de bachillerato sabe que se trata de una constante histórica.

### 3.2.3. *INCOMUNICACIÓN IGLESIA / MCS*

La sensación de desconexión entre los más atentos de entre los receptores de la comunicación pocos interesados en estos temas, y la sensación de frustración<sup>(25)</sup> entre los más interesados, especialmente los creyentes y

(25) “Parece que la parte reservada a ésta tiende a disminuir en los grandes órganos de información (prensa, radio, televisión), y sucede frecuentemente, por desgracia, que es mal tratada, examinada bajo un ángulo muy secundario o deformador. Este estado, de hecho provoca en una amplia porción de la opinión pública del país, formada en su mayor parte por católicos, y en particular entre los cristianos convencidos, una cierta frustración y una sed legítima de ser mejor informados sobre lo que llevan en el corazón; por ejemplo, sobre la forma en que cumple la Iglesia su misión multiforme”: JUAN PABLO II, “Verdad en la exposición de los hechos, y en el testimonio de la fe”, p.620-621. Original en francés:



participantes activos en la vida de la Iglesia, es muestra inconfundible de cierta incomunicación mutua. Consecuencia inmediata de esta incomunicación no son sólo los efectos desinformadores, sino el absurdo sistemático de la confusión que hace que cientos de miles de creyentes tengan como principal modo de conocimiento global sobre la Iglesia a la pertenecen una creciente visión deformada sobre la misma, y que en la mayoría de estos casos no sólo crean que es ajustada a la realidad, sino que incluso es así como la Iglesia, fuente última de esa supuesta información, es como se ve a sí misma<sup>(26)</sup>. Esta tercera causa, inseparable de las dos anteriores, es la más difícil de analizar, pero a la vez es la más fácil de remediar. El desencuentro se resuelve en el encuentro, y el desentendimiento en el diálogo. Por parte de los medios, otros están en mejor condición y conocimiento de causa para entender como afrontar este diálogo. Por parte de la Iglesia, yo me atrevo aquí solamente a apuntar algunos cauces.

#### 4. ALGUNAS PUNTUALIZACIONES SOBRE LOS COMETIDOS DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA IGLESIA

La Conferencia Episcopal Española, en el Plan Pastoral para el cuatrienio 2002-2005, expresaba con concisión cuales han de ser estos cometidos: “Estamos dando pasos en esta línea, pero nos queda todavía buen camino por recorrer. La realidad de la comunicación, que cada vez tiene más peso e impacto, reclama una pastoral integral en las comunicaciones sociales, realizada de manera más coordinada y en diferentes ámbitos. Esta pastoral ha de incluir la comunicación institucional de la Conferencia Episcopal Española y las Diócesis, la formación de los profesionales y de los usuarios y un mejor aprovechamiento de los recursos o medios propios. Asimismo hay que procurar que los intelectuales católicos y los laicos en general utilicen los Medios para hacer oír su voz y los criterios de la Iglesia en el debate social, en la interpretación de los acontecimientos y en la

---

(...) *Insegnamenti di Guivanni Paolo II*, VI-1, Libreria Editrice Vaticano, Roma, 1983, pp. 1.047-1.052. (Discurso a los directivos, redactores y amigos del diario católico “La Croix”, en el centenario de esta publicación católica francesa, el 23 de abril de 1983), en *Ecclesia*, Madrid, 1983.

(26) “Hay por parte de los informadores un recelo permanente ante la transmisión de ideas religiosas, quizá consecuencia todavía del abuso experimentado en épocas anteriores, y reforzado sin duda por la ignorancia religiosa que actualmente campea a placer en las redacciones. Los temas carecen de interés si no plantean algún tipo de acoso al Papa, a los obispos, a los teólogos de línea ortodoxa. Los periodistas acogen como palabra de fe las interpretaciones del hecho religioso propuestas por escritores, ensayistas y filósofos de rango medio, quienes a su vez confiesan su agnosticismo e incluso ateísmo. Así hemos llegado a la curiosa situación, esperpéntica, de que la opinión religiosa de la comunidad creyente viene determinada en gran parte por *maestros* instalados fuera de la fe cristiana”: J.M. JAVIERRE, “Comunicación de las ideas religiosas”, en Á. BENITO, *Diccionario de Ciencias y de Técnicas de la Comunicación*, Ediciones Paulinas, Madrid, 1991, p. 252.

orientación de la conducta”<sup>(27)</sup>. Veamos algunas de estas y de otras indicaciones tomadas del Magisterio de la Iglesia:

#### **4.1. DENUNCIA PROFÉTICA ANTE LA DESINFORMACIÓN RELIGIOSA**

La verdad sin caridad es una forma de intolerancia, la caridad sin verdad es una forma de paternalismo. Por eso no como merma del mismo, sino en pro del diálogo entre Iglesia y Medios de Comunicación, hay que empezar por recordar, por parte de la Iglesia, sus deberes inexcusables para con la verdad, que realizados desde la caridad, propician el encuentro en tanto en cuanto se ponen las cartas sobre la mesa y se busca la luz sobre las cosas:

##### **4.1.1. DEBER DE VIGILANCIA DE LOS PASTORES**

No sólo y no tanto en virtud de la defensa de la Iglesia, sino en virtud de la defensa de la verdad<sup>(28)</sup>, tanto los pastores como los laicos deberíamos recurrir frecuentemente a la aclaración puntual e inmediata, a la petición de rectificación, para que la información imperè sobre la desinformación. En el caso de los pastores, especialmente de los obispos, sucesores de los apóstoles, en virtud de su caridad pastoral, para que el pueblo cristiano no este confundido o escandalizado ante informaciones erróneas o incompletas<sup>(29)</sup>. Claro está que este deber no significa una preocupación excesiva por la imagen de la Iglesia, ni menos por la propia imagen de sus miembros dentro y fuera de la Iglesia, pues como no ocurre con otro tipo de instituciones, la imagen pública no constituye el principal objetivo ni del posicionamiento ni de la actividad de la Iglesia, más preocupada por la mirada de Dios sobre su fidelidad que por la mirada de los hombres y del mundo, y por su comprensión. En el orden de las prioridades, además, a los pastores y la Iglesia en su conjunto les pasa un poco lo que a Teresa de Calcuta cuando la preguntaban porque no se defendía de quienes la injuriaban, y ella respondía: “mientras haya algún moribundo por atender, no puedo perder el tiempo en esas cosas”.

(27) CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA, “Una Iglesia esperanzada”, *Ecclesia*, Madrid, 2002, n. 44, p. 202 (“¡Remar mar adentro!”: Plan Pastoral de la CEE del cuatrienio 2002-2005).

(28) Cf.: JUAN PABLO II, “Comunicar a Jesús, camino, verdad y vida”, *m.c.*

(29) “Toda noticia inexacta, tendenciosa, injusta, contraria a la verdad o sometida a la manipulación de las ideologías, crea malestar en la comunidad, pone en peligro la paz, mina la comunión y desorienta; es, por decirlo así, antievangelizadora. De ahí, la necesidad de que los Pastores vigilen los mecanismos de la información, particularmente de la información religiosa, y cuando sea necesario denuncien proféticamente los casos de injusticia, de falta de objetividad o de carencia de honradez profesional en la transmisión de las noticias. La información ha de contribuir siempre a crear lazo de unión, concordia y entendimiento en la Iglesia y en el mundo”: JUAN PABLO II, “La información, fuente de comunicación y comunión”, en *Insegnamenti di Giovanni Paolo II, X-1*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1987, pp. 1.446-1.448 (Discurso pronunciado en castellano a los participantes en la Asamblea Plenaria del Consejo General de la Pontificia Comisión para América Latina, el 28 de abril de 1987).

#### 4.1.2. DEBER DE LOS LAICOS DE DENUNCIA DE LA MANIPULACIÓN

Corresponde a los laicos, en primer lugar, entrar en el debate de la opinión pública para clarificar los pormenores de la información religiosa. Se trata de un deber que esta unido al resto de las obligaciones de verdadera participación democrática e iniciativa social respecto al mundo de los medios. La carta magna del magisterio de la Iglesia sobre la vocación de los laicos, la exhortación apostólica *Christifideles Laici* lo expresa claramente: “En el uso y recepción de los instrumentos de comunicación urge tanto una labor educativa del sentido crítico animado por la pasión por la verdad, como una labor de defensa de la libertad, del respeto a la dignidad personal, de la elevación de la auténtica cultura de los pueblos, mediante el rechazo firme y valiente de toda forma de monopolización y manipulación”<sup>(30)</sup>.

#### 4.1.3. DENUNCIA DE LA DESINFORMACIÓN, RESPETO AL INFORMADOR

Pastores y laicos están llamados, en todo caso, a una denuncia en, desde, por y para la caridad. La ironía, el escarnio, y la mofa con la que también a veces el católico se defiende ante y por los medios de comunicación es la mejor manera de arruinar de base sus posibles buenos argumentos. No lo digo yo. Las palabras de Juan Pablo II a este respecto son también claras y contundentes: “El diálogo (entre Iglesia y MCS) debe ser respetuoso y comprensivo, y siempre hay que distinguir entre el error y la persona que yerra”<sup>(31)</sup>.

#### 4.2. LOS DESAFÍOS DEL DIÁLOGO

Como dice la instrucción pastoral *Aetatis Novae*, del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, “la Iglesia, que trata de dialogar con el mundo moderno, desea poder entablar un diálogo honesto y respetuoso con los responsables de los medios de comunicación. Este diálogo implica que la Iglesia se esfuerce en comprender los medios de comunicación –sus objetivos, sus estructuras internas y sus modalidades– y que sostenga y anime a los que trabajan en ellos”<sup>(32)</sup>.

(30) JUAN PABLO II, “Christifideles Laici”, n. 5a, 23i, 44efg), *Ecclesia*, Madrid, 1989), pp. 189, 198, 214. Texto oficial original en latín: *Acta Apostolicae Sedis*, LXXXI, n. 4, Roma, 1989, pp. 400-401, 432, 478-481. (Exhortación apostólica postsinodal sobre la vocación y misión de los laicos en la Iglesia y en el mundo).

(31) JUAN PABLO II, “La tarea de iluminar y formar las mentes a la luz del Evangelio y del auténtico y perenne Magisterio de la Iglesia”, Edición semanal en castellano de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 1982, p. 300. Texto original en italiano: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1982, t. V-1, pp. 1.113-1.116. (Discurso dirigido a los redactores y colaboradores de “La Civiltà Cattolica”, del 5 de abril de 1982).

(32) PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Aetatis Novae*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1992, pp. 1-36. Texto oficial original en latín: *Enchiridion Vaticanum*, Edicione Dehoniana Bolognia, Bolognia, 1991-1993, t.o XIII, pp. 492-543. (Instrucción Pastoral del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales en el vigésimo aniversario de “Communio et progressio”, del 22 de febrero de 1992).

Juan Pablo II es, a mi modo de ver, el principal defensor y a la vez el mejor ejemplo de este diálogo. Vasta recoger su relación muy especial con los periodistas. Ya desde su primer encuentro con ellos, al proponerles “un pacto leal”: “Me atrevo a invitaros también a vosotros a un esfuerzo de comprensión, a una especie de pacto leal; cuando hagáis un reportaje sobre la vida y actividad de la Iglesia, procurad, todavía con mayor intensidad, captar las motivaciones auténticas, profundas espirituales, del pensamiento y de la acción de la Iglesia. La Iglesia, por su parte, escucha el testimonio objetivo de los periodistas sobre las esperanzas y las exigencias de este mundo. Esto no quiere decir, evidentemente, que la Iglesia modele su mensaje según el mundo de su tiempo; es el Evangelio el que debe inspirar siempre su actitud”<sup>(33)</sup>.

Este trato tan personalizado hace que diga al inicio de un discurso a los periodistas, como el que tuvo en Dublín en su viaje a Irlanda en 1979: “Deseo dejar a todos vosotros un pensamiento particular, una palabra especial para cada uno, a fin de que en el futuro podáis recordar esto: el Papa durante su visita pastoral a Irlanda ha dicho muchas cosas a muchas personas, pero este mensaje me lo ha dirigido a mí”<sup>(34)</sup>. Seguramente sería imposible encontrar en ningún líder mundial expresiones como estas en un encuentro con los reporteros informativos: “He deseado vivamente este encuentro con vosotros, queridos periodistas, no sólo por la alegría de acompañaros a lo largo de vuestro camino jubilar, como estoy haciendo con muchos otros grupos, sino también por el deseo de pagar a los innumerables profesionales que, durante los años de mi pontificado, se han esmerado por dar a conocer palabras y hechos de mi ministerio”<sup>(35)</sup>.

#### 4.2.1. EL DESAFÍO DE LA PROFESIONALIDAD

Analizar la información, convertir hechos noticiables en oferta informativa bien documentada y explicada para los medios, administrar la información en virtud de criterios objetivos periodísticos, y no sólo pastorales, y optimizar la

- 
- (33) JUAN PABLO II, “Siempre al servicio de la Verdad”, *Ecclesia*, Madrid, 1978, p.1.354. Original en francés e inglés: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1978, t. I, pp. 31-34. (Mensaje a los periodistas acreditados en la Sala Stampa, el 21 de octubre de 1978, en la primera rueda de prensa del recién elegido Papa). Este primer encuentro ha sido hermosamente comentado por: M.A. VELASCO, *Juan Pablo II, ese desconocido*, Editorial Planta, Madrid, 1998), pp. 36-42; y por S. SASSI, “Il patto di Wojtyła con i giornalisti”, *Vita Pastorale*, n. 4, Roma, 2000, pp. 45-47.
- (34) JUAN PABLO II, “Constructores de amor y de paz”, Edición semanal en castellano de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 1979, pp. 494, 496. Original en italiano: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1978, t. II-2, pp. 447-448. (Discurso a los representantes de los medios de comunicación social en Dublín, el 29 de septiembre de 1979).
- (35) JUAN PABLO II, “Es posible ser al mismo tiempo auténticos cristianos y excelentes periodistas”, Edición semanal en castellano de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 2000, p. 291. Original en Italiano en: [www.vatican.va](http://www.vatican.va) (Discurso del Santo Padre con motivo del Jubileo de los periodistas, el 4 de junio de 2000, en el marco del Año Santo Jubilar).

información integral, es decir, la sinergia entre publicidad institucional, creatividad mediática, pastoral de los medios e información institucional, al servicio de un lenguaje y de una imagen coherente de la unidad en la pluralidad de la Iglesia, son objetivos decisivos en el desafío de la profesionalidad en todos y cada uno de los servicios de comunicación de las instituciones católicas.

#### **4.2.2. EL DESAFÍO DE LOS MEDIOS PROPIOS**

Superada la dicotomía entre “católicos en los medios y medios católicos”, y con el objetivo no tanto de intervenir como de servir a la cultura de los medios de comunicación y agrandar su pluralidad, la Iglesia necesita también, además de profesionales católicos en todos los ámbitos de la información que acerquen el mundo de los medios a la Iglesia y viceversa, medios católicos de presencia tanto en prensa, radio, televisión, y en Internet, que sean altavoz de la Opinión Pública de comunión eclesial (unidad en la pluralidad), aula permanente para una lectura creyente de la realidad, y escuela de profesionales católicos<sup>(36)</sup>.

La puesta en marcha –tímida pero realista: *de menos a más*– de algunas televisiones diocesanas (Toledo, Madrid, Tenerife), y sobre todo la puesta en marcha de Popular Televisión (la cadena de televisiones locales de la COPE); el estudio por parte de algunos grupos de recuperar la herencia de un diario católico de ámbito nacional, el crecimiento y la mejora en calidad de miles de revistas eclesiales, la inserción en un diario de un suplemento semanal hecho en una diócesis; y el proceso de coherencia en el ideario entre la programación generalista y la programación socio-religiosa de la COPE, son exponentes esperanzadores en este campo.

#### **4.2.3. EL DESAFÍO DE LOS CONTENIDOS: SUPERAR LA INFORMACIÓN HERMÉTICA**

La información religiosa no es la información eclesiástica, sino la información de la vida de la comunidad eclesial, en toda su variedad. La tentación

---

(36) “Hoy más que nunca se advierte la importancia de la acción formativa de la prensa católica, orientada a iluminar las conciencias, a disipar falsas interpretaciones, insinuaciones y manipulaciones, dentro del respeto por las opiniones ajenas y mediante el diálogo confiado, sostenido por el convencimiento de que todo hombre, redimido y amado por el Señor, está llamado a la verdad. La prensa deberá, en efecto, preocuparse siempre por formar al lector, haciendo madurar en él esa sana mentalidad que discierne los hechos según principios superiores, y que en un sentido o en otro los convierte en fermento de revisión, de conversión, de testimonio laborioso. La prensa católica está llamada a provocar en el lector ese procedimiento de juicio que lo introduce en la verdad liberadora y salvadora, entrando así en la esfera religiosa de un elevado magisterio”: JUAN PABLO II, “Predicar el misterio íntegro de Cristo”, Edición semanal en castellano de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 1981, n. 5, pp. 90, 96. Texto original en italiano: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 1982, t. V-1, pp. 27-28. (Extracto del discurso dirigido a los obispos de Emilia Romana en su visita “ad limina apostolorum”, el 4 de enero de 1982).

de los responsables de la comunicación institucional de la Iglesia de seleccionar la información en virtud del interés de las curias y de los eclesiásticos es frecuente y peligroso. Alex Rosal lo explicó muy bien en el Primer Encuentro Diocesano de Comunicadores Sociales de Madrid: “Basamos nuestro mensaje en las palabras; no en la vida, y sin embargo, la gente quiere aprender de las personas; de la “carne”; no de las palabras o de bonitas teorías moralizantes”<sup>(37)</sup>. Para ello, como antes recordábamos al hablar de las características de la información religiosa, el relato y el testimonio, en forma de reportaje, entrevista o crónica, es el género propio de la información religiosa.

#### 4.2.4. CONJUGAR DINAMISMO DE LA COMUNIÓN Y COMPLEJIDAD INSTITUCIONAL CON INMEDIATEZ INFORMATIVA

Mucho desafío es este, tal vez la gallina de huevos de oro de la parte del diálogo entre Iglesia e información religiosa por parte de la primera. Se trata de un prudente y a la vez valiente equilibrio: la Iglesia no puede renunciar a sus propios instrumentos de comunión, en pro de una información institucional unívoca. Paradójicamente, siendo malentendida por gran parte de la opinión pública como poco democrática internamente, no hay institución social donde la libertad y la pluralidad internas hagan prácticamente imposible hablar de una portavocía de la Iglesia en una nación en su conjunto. Sin embargo, salvado este aspecto de su identidad, en virtud de la comunión eclesial deberíamos buscar cauces nuevos para que el dinamismo de la unidad, que no es uniformidad, no esté reñido con la inmediatez informativa.

Las palabras, una vez más, de Juan Pablo II de llamamiento a la prontitud y a la confianza en los medios es precisa y matizada: “La experiencia diaria enseña que la Iglesia es un tema atractivo para muchos periodistas. Es oportuno no subestimar este dato. Por consiguiente, sería conveniente no rechazar en principio sus propuestas, sino mostrarse siempre *dispuestos a dar respuesta a todo el que os pida razón de vuestra esperanza (1 P 3, 15)*. Sin embargo, esto no excluye el deber de una razonable reserva, impuesta tanto por las exigencias del respeto recíproco como por la necesidad de una reflexión serena sobre el problema que se ha de examinar. Por eso, es preciso valorar atentamente, caso por caso, si es oportuno ponerse ante las cámaras de televisión y los micrófonos”<sup>(38)</sup>.

(37) A. ROSAL, “Las diez tentaciones del periodista católico”, en M.M. BRU, *Periodistas de primera*, cristianos de verdad. *Laicos en la comunicación social*, Ciudad Nueva, Madrid, 2002, p. 67.

(38) JUAN PABLO II, “Una sociedad laica, donde reine el silencio sobre Dios, necesita la voz de la Iglesia”, Edición española de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 1999, n. 5, p. 675. (Extracto del discurso dirigido al primer grupo de obispos de Alemania, en su visita “Ad Limina”, del 15 de noviembre de 1999).

## 5. CONCLUSIÓN: FAVORECER EL DIÁLOGO ENTRE LA CULTURA DE LOS MEDIOS Y DE LA IGLESIA

Y en fin, cómo último y sintetizador desafío de la Iglesia en pro de su acercamiento y búsqueda de la comunicación con el mundo de los medios en general y de la información religiosa en particular, parece claro que es necesario favorecer el diálogo entre la cultura de los medios y la cultura de la Iglesia, tal y como también el Papa nos propone: “A veces las relaciones entre la Iglesia y los medios pueden deteriorarse por malentendidos mutuos que engendran temor y desconfianza. Es cierto que la cultura de la Iglesia y la cultura de los medios es diferente; de hecho en ciertos puntos existe un fuerte contraste. Pero no existe razón para que las diferencias hagan imposible la amistad y el diálogo. En muchas amistades profundas son precisamente las diferencias las que alientan la creatividad y establecen lazos. La cultura del memorial de la Iglesia puede salvar a la cultura de la fugacidad de la noticia que nos trae la comunicación moderna, del olvido que corroe la esperanza; los medios, en cambio, pueden ayudar a la Iglesia a proclamar el Evangelio en toda su perdurable actualidad, en la realidad de cada día de la vida de las personas”<sup>(39)</sup>.

Pero, junto al compromiso invencible por el diálogo, hay que mantener siempre la inconfundible serenidad y paciencia del que está seguro del don recibido, del valor infinito de ese don, de su incorruptibilidad, y de su permanente vocación más allá de toda barrera y resistencia a ser conocido y abrazado en medio de la incomprensión, el rechazo, el desprecio y la persecución. Esta conciencia de que lo recibido (la fe, la tradición, la vida de la Iglesia en su esencia y en su compleja existencia histórica) es eso, algo recibido, no algo inventado, creado o manipulado por nosotros, es lo que nos da la libertad de defenderlo por encima de cualquier apego y apropiación; así como nos da la medida de la llamada a la responsabilidad para que este tesoro, aunque en vasijas de barro, deba ser presentado ante los hombres de cada tiempo y lugar en un envoltorio mediático no sólo digno, sino sobre todo, lo bastante transparente como para no desfigurarlo. Una vez buscadas y encaminadas esta libertad y responsabilidad, nos encontraremos siempre con escollos y zancadillas en el camino con las que hay que contar. Si la vida de la Iglesia provoca persecución, su información provocará siempre desinformación, manipulación, desfiguración. Conocer la infinita desproporción entre la grandeza lo informado y la pobreza de la información tiene que ofrecer altas miras y razones para el sosiego y la esperanza.

---

(39) JUAN PABLO II, “Los mass-media presencia amiga para quien busca al Padre”, Edición semanal en castellano de: *L'Osservatore Romano*, Roma, 1999, p. 94.

Algo así como lo que reza ese bello dicho francés de que “la baba del sapo no ensuciará a la blanca paloma”, que nos sirve de conclusión tomada de la conclusión a la que llega el filósofo Hervé Pascua al reflexionar precisamente sobre la desinformación<sup>(40)</sup>.

---

(40) “La sociedad totalitaria gusta especialmente de los medios de comunicación. Es otra manera de ejercer el poder, pues en ellos encuentra la forma de imponerse sin derramar sangre. La destrucción de las conciencias se revela mucho más rentable que la del cuerpo, este último de gran utilidad en caso de escasez de máquinas. *La verdadera guerra* —escribe Vladimir Volkoff en su novela *Le montage— provocará pocas muertes, alguna tortura y ninguna destrucción material. Será totalmente económica y permitirá al vencedor ampararse de territorios y de pueblos de más cerca que lo que haya podido hacerlo rey alguno. Todos nosotros nos hayamos involucrados en la aurora del despliegue de una nueva arma tanto más eficaz cuanto menos mortal.* Ha habido que crear una nueva palabra para designar esta nueva arma: *la desinformación* (...) Esta técnica magistralmente analizada por el autor de *Le montage*, recupera la palabra-orden de Mao: *Haced un molde para la conciencia de las masas adversas*. Para preparar y orientar la opción a través de la información tendenciosa hay numerosos medios: la contra-verdad no verificable, la mezcla falso-verdadero, la deformación de la verdad, la modificación del contexto, la difuminación de la idea, las verdades seleccionadas, el comentario autorizado, la ilustración, la generalización, las partes desiguales, las partes iguales. Es necesario buscar un adversario para desviar la atención del público, habrá que buscar o inventar un chivo expiatorio. Ya que la mentira se alimenta del odio, sobre todo del odio a la verdad. Una vez encontrada su víctima, resulta fácil proporcionarle palabras ficticias creadas para disgustar. Un buen medio para este fin es el dar un valor peyorativo a las palabras cuyo sentido no lo es o, a la inversa, dar un sentido positivo a una realidad odiosa como en la expresión *liberación o despenalización* del aborto. La devaluación lingüística, puesta al servicio de la desintoxicación ideológica, se revela siendo fulgurantemente eficaz (...) La imposición del desinformador es tanto más competente entre los espectadores cuanto que ninguno de ellos puede responderle. Se haría, aunque fuera demasiado tarde. *Los desmentidos pasan, las mentiras permanecen* (...) Pero la verdad resiste al flujo de las palabras y tarde o temprano acaba emergiendo, sumergiendo en la confusión a aquel que la ha negado. ¡Las cosas son lo que son! *La bave du crapaud nâteindra pas la blanche colombe* (la baba del sapo no alcanzará a la blanca paloma)”: H. PASQUA, *Opinión y verdad*, Rialp, Madrid, 1991, pp. 156-161.