

EL DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA IGLESIA EN EL ÚLTIMO CUARTO DEL SIGLO XX

EN EL ESTALLIDO DE LA ALDEA GLOBAL

PEDRO MIGUEL LAMET

PERIODISTA EX-DIRECTOR DE VIDA NUEVA

El siglo XX ha sido el siglo de las comunicaciones, pero el fenómeno no se ha detenido. Estamos asistiendo a una revolución que remueve los cimientos del mundo, que se cuele en nuestras propias casas y amenaza en cierto modo con vaciarnos el cerebro. El mando a distancia y el ordenador, con su acceso a Internet, los videojuegos y a la aldea global, están transformando nuestras costumbres y especialmente las de los más jóvenes, los más pobres, débiles y manejables. Por un lado está la globalización, ese proceso generalizado de interdependencia económica como consecuencia de la apertura de las economías nacionales al exterior y de la consiguiente internacionalización de los mercados, tanto de bienes como de servicios, noticias, modas y opiniones. Este proceso es especialmente importante a partir de la Segunda Guerra Mundial, y como consecuencia del mismo, la economía mundial se caracteriza por un destacado volumen de flujos de capital que se intercambian a un ritmo muy rápido. Y por otro lado la internacionalización de la estructura productiva y la sociedad por una fugaz y peligrosa coctelera de ideas, imágenes e informaciones, que es sobre lo que aquí nos ocupamos.

Para comprender el fenómeno y el papel de la Iglesia en este campo es necesario dar tres pasos: 1. Trazar una pequeña antropología cristiana de la

comunicación. 2. Sintetizar la labor en los MCS la Iglesia en España en estos últimos veinticinco años del siglo XX. 3. Mostrar mi propia experiencia como comunicador cristiano, y 4. Esbozar los desafíos que presentan tales medios en su meteórica evolución para un cristiano.

I. ANTROPOLOGÍA CRISTIANA DE LA COMUNICACIÓN

GLOBALIZACIÓN: DONDE EL DINERO MANDA

Desde el punto de vista político todo, ello de hecho, está suponiendo una amenaza a la democracia como tal. A los diez años de la caída del muro de Berlín, los regímenes democráticos se encuentran de nuevo en peligro. Por un lado, la globalización está minando las bases de la democracia Nación-Estado. ¿Qué pinta el parlamento si las grandes decisiones se toman a más alto nivel? Mientras la eficacia y el crecimiento económico son los únicos raseros que cuentan para medir las actividades humanas, un mundo internacionalizado aleja las decisiones de las bases sociales y la participación ciudadana.

Es evidente que hoy día el fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial se han arrogado prerrogativas políticas: imponer sus condiciones para conceder préstamos, restringiendo las opciones democráticas de los pueblos en materia económica y social. Surgen nuevos Problemas de un Estado plurilingüe, como en cierto modo sucede ya a la Unión Europea, nueva Torre de Babel. Si, por ejemplo, para los pescadores de Sanlúcar de Barrameda Madrid está lejos, ¿cómo estará Bruselas? Sin embargo ese pescador asiste desde su televisor a la caída del muro y al resultado de las negociaciones con Marruecos.

Así las cosas, los bancos, los especuladores y las instituciones financieras se convierten en los reales actores políticos, porque si a los que poseen el capital no les gusta la política de un país, retiran las inversiones. De este modo en estos inicios del siglo XXI, la frontera entre democracia y dictadura se hace borrosa.

Paralelamente al proceso de globalización económica que estamos viviendo, somos protagonistas de otro proceso de globalización de la cultura y de las prácticas sociales. Los Medios de Comunicación, la facilidad para viajar, la literatura, los deportes, todo contribuye para que cada vez el individuo esté más integrado en el mundo, y sienta que pertenece a una comunidad desterritorializada.

Esto tiene inmediatas repercusiones en el sentimiento de identidad, que ya no se define tanto por la nacionalidad sino más bien por la pertenencia a "tribus" que se constituyen, independientemente de la proximidad física, en

torno a intereses comunes, uno de ellos el consumo. La cultura joven es un claro ejemplo de esta cuestión pues consume, o aspira a consumir, la misma ropa, la misma música y la misma comida en Londres, Tokio o Río de Janeiro

Todo ello ha simplificado de tal manera el intercambio de ideas, ha pasivizado de tal modo al individuo, que surge por generación espontánea una galopante trivialización. Es el efecto basura. Y los ejemplos mediáticos más cercanos, programas como “Tómbola” y “Gran Hermano”. Una bajada de nivel cultural y un erigir la vulgaridad en espectáculo, pues el hecho de “salir en la tele” o “ser famoso” mitifica y justifica todo. Por esto se puede llegar incluso a matar, como las niñas asesinas de San Fernando (Cádiz).

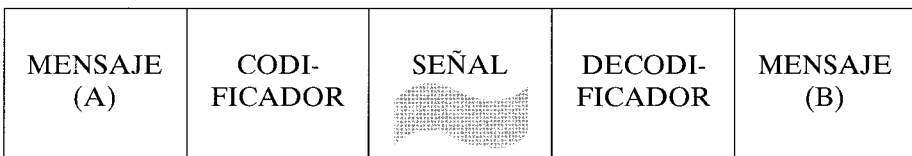
PREGUNTAS DEL CRISTIANO

La pregunta obvia de un cristiano se repite cada día ante esta preocupante experiencia: “Esto ha cambiado. ¿Qué pasa? ¿Por qué ya no salen tantas noticias sobre la Iglesia en la radio, la prensa y la televisión?” Esta suele ser la inquietud frecuente de muchos creyentes que estaban habituados a encontrar en sus periódicos una sección dedicada a la información religiosa.

Los grandes medios laicos, salvando contadas excepciones de órganos informativos identificados precisamente con la derecha política, apenas hablan de lo que ocurre en la Iglesia. Apenas se escribe ya de lo que dicen los obispos salvo si la noticia roza la política ó es por algún lado un tema escandaloso. Tampoco sacerdotes y religiosos atraen la atención de los informadores, si no es en causas relacionadas con la solidaridad en el Tercer Mundo, léase asesinatos o secuestros de misioneros o monjas. Aquella firma otrora frecuente del cura periodista que escribía en medios de cobertura local o estatal ha pasado prácticamente a la historia. Y no digamos nada de lo que hacen los cristianos de a pie. Como tales, no tienen apenas presencia en el mundo de la información.

Para analizar estos nuevos condicionamientos intentaremos afrontar este problema primero, desde las condiciones antropológicas de comunicación de una buena noticia y los condicionamientos que debe tener en cuenta el que se compromete en la nada fácil tarea de su transmisión.

El esquema básico de toda comunicación es el siguiente:



Transmisor

Receptor

COMUNICAR ES “SER”

Hay una anécdota reveladora en la biografía de Pedro Arrupe, que mostró en su vida cómo los hombres más grandes pueden llegar a ser tan sencillos y alcanzar el incendio interior de la libertad. Decía que él estaba convencido de que hasta los más crueles criminales, que él había tratado en las cárceles USA, tenían dentro la luz de Jesucristo y que cuando estando en Hiroshima experimentó una de las más negativas expresiones de la raza humana, la bomba atómica, lejos de desengañarse del ser humano, sintió dentro la gran descarga de energía que el hombre posee para el bien. Esa fuerza emanaba de su aura cuando, desautorizado por Roma como general de los jesuitas y víctima de una embolia cerebral, pasó nueve años sonriendo en un lecho de enfermo, al que acudían también los protestantes a encender velas y cantar.

Él me contó que, cuando daba catequesis a adultos en Hiroshima, el entonces maestro de novicios tenía entre sus catecúmenos a un anciano que, después de meses de asistir a sus lecciones catequéticas, no hacía ninguna pregunta ni expresaba ningún comentario. Extrañado ante su silencio, un día Arrupe le preguntó si estaba de acuerdo con lo que había expuesto en sus charlas. Aquel hombre respondió: “No le he oído nada, porque soy sordo. Pero le he estado mirando a los ojos. Sólo puedo decirle que he llegado a una conclusión: yo creo lo que usted cree”.

Podríamos citar el nombre de mucha gente libre, santos anónimos. Están comunicando la buena noticia de Jesús de la forma más excelente que se puede, a través de la propia vida, convertidos en signo, señal y comunicación de amor y libertad. No se sabe por qué misteriosos caminos, incatalogables por las modernas técnicas de comunicación, estos seres llegaron a convertirse en focos de irradiación, al igual que un puñado de pescadores ignorantes lo hicieron al comienzo.

Por tanto, desde un punto de vista no ya cristiano, sino cabalmente humano, hay que trazar una línea divisoria entre el hecho en sí y su divulgación, así como entre una comunicación “persona a persona” y una comunicación masiva.

En realidad, la buena noticia de una niña que se salva en Bosnia, por ejemplo, llegó a nuestros televisores por una serie de condicionamientos que la hicieron posible y de interés para los medios de comunicación: el horrendo marco de la guerra en aquel país, la fuerza de la imagen del niña-símbolo, la utilización de las grandes agencias informativas de dicha noticia.

Pero ¿cuántas de estas noticias se quedan sin llegar a nosotros porque no hay nadie que las filme o porque ya de tan repetidas dejan de ser noticia para

los medios informativos? Tal ha sido el caso, tantas veces repetido, de las víctimas del hambre o del terrorismo. Son imágenes que han llegado a contemplarse con indiferencia o rutina y que con frecuencia han pasado a segundo término en los titulares de primera página.

Por eso, en un primer nivel antropológico, comunicar es ser. Toda noticia es un hecho que se convierte en fuente. En sí misma es un manantial semiológico, un puñado de signos que alguien puede o no codificar. El paso siguiente es transmitirla de algún modo: desde la palabra a las modernas tecnologías, pasando por el tam-tam o las señales de humo. Pero, en primer término, comunicar es ser.

Desde un punto de vista profundamente humano, considerando la humanidad como una unidad y un todo, o si se quiere de vibración mística o sensibilidad espiritual no necesariamente cristiana, cada hecho positivo (alguien que cuida un enfermo en un campo de refugiados, por ejemplo) está emitiendo ondas que cambian la índole vibratoria de la humanidad.

La teoría del Cuerpo Místico tiene una traducción simplemente humana. El amor, la entrega, la generosidad cambian la polaridad de un colectivo humano y sus beneficios se reparten entre todos.

Previamente pues a toda transmisión, comunicar es ser.

Es la diferencia entre el hombre-noticia y el hombre que se limita a transmitir la noticia; el hombre que en sí mismo es voz y el vocero; el que “dice” la palabra y el que “es” Palabra hecha carne.

COMUNICAR ES EXPRESAR

Pero luego, inevitablemente –el hombre, como decía Platón, es político por naturaleza–, esa noticia se comunica. Es vivida, vista, oída o contada. Supone un proceso semántico que pone en relación a un emisor (o remitente) con un receptor (o destinatario) por medio de un procedimiento físico (o canal). El mensaje que forma el objeto de la comunicación se compone de elementos simbólicos reunidos según un repertorio (o “código”) del que una parte al menos es común a varios interlocutores. El conjunto forma un sistema que funciona en dos sentidos –el emisor convertido en receptor y viceversa–, según un rizo de comunicación o biofeedback (realimentación). En el seno de este dispositivo, una serie de ajustes ejercen el equilibrio entre los elementos nuevos (“información”) y los elementos ya conocidos (“redundancia”).

Como vemos, la comunicación directa es la más propia de la evangelización. “Los ciegos ven, los ojos andan y los pobres son evangelizados”. *Person to person*, en la emblemática frase inglesa. *Fides ex auditu*, según el efato cristiano. El primer emisor, Jesús de Nazaret, comunica

su Noticia a sus discípulos y éstos a su vez lo hacen a través de su vida, su testimonio y su palabra. Es el sistema más eficaz y convincente utilizado desde los albores de la evangelización.

Pero la fe fue de este modo creciendo y entonces se implantó enseguida la necesidad de escribir para multiplicar el mensaje. La transmisión escrita ya aleja al receptor de la proximidad física. Esta transmisión tiene una posibilidad de ecos entre individuos o grupos, pero el retorno es más lento que en la comunicación directa y, sobre todo, su fuerza de convicción o credibilidad mucho menor. Aun así, gracias a la comunicación escrita conservamos los hechos salvíficos y la Palabra revelada que sigue teniendo un efecto directo en la evangelización.

Con el invento de Gutemberg nace la comunicación múltiple que caracteriza a la difusión de la escritura. Y con la explosión de los medios de comunicación social, el emisor y el receptor pasan de ser individuos a convertirse en grupos codificados por medios de comunicación que los filtran, y necesariamente alejan a los receptores de los hechos.

En todos estos procesos se cumple el esquema inicial: la noticia, al ser emitida, es codificada y transmitida a un receptor que la decodifica también a su manera. Por ejemplo, los discípulos de Emaús transmiten la noticia recibida de la muerte de Jesús, decodificándola a su modo, desde una óptica pesimista (*nos autem sperabamus*), sin tener ni la más remota idea de que le estaban dando la información manipulada, por el efecto deformante de su sentimiento depresivo, al mismísimo autor de la noticia o fuente de la misma: Jesús de Nazaret.

A través de los siglos ¿cuantas codificaciones y decodificaciones de la Buena Noticia se habrán hecho a través de predicaciones, artículos, libros, cine, prensa, radio, televisión?

De aquí que la primera conclusión es que la eficacia y autenticidad de la transmisión del mensaje evangélico depende de la proximidad. El testimonio pues, el sistema directo, sigue siendo el más eficaz y convincente en la transmisión de la fe, sobre todo cuando mensaje y mensajero son una misma cosa.

COMUNICAR ES CONFUNDIR

Pero, pese a todo, ¿qué duda cabe de que el que tiene una buena noticia entre sus manos no puede contenerse, y corre a los vecinos a decirles que acaba de tener un hijo, que ha conseguido un puesto de trabajo o que ha sacado catorce resultados en las quinielas?

De esta necesidad habló Jesús al referirse a predicar la Buena Noticia sobre las azoteas y a no ocultar la luz bajo un cacharro. El mismo utilizó una barca o el monte para ser oído por la multitud. Sus discípulos viajaron, hablaron en el areópago y ante los tribunales, llegaron a servirse de las instituciones romanas y así nació el púlpito, símbolo de otras muchas tribunas que hoy se entransformaron los poderosos medios informativos y de comunicación.

Pero en los medios de masas los codificadores sufren mediaciones muy particulares. En primer lugar, de ellos mismos. Al principio kantiano de que todo conocimiento humano ya es apriorístico hay que añadir que la información es necesariamente selectiva. Martínez Albertos recuerda que “sin manipulación no hay noticia, sino simplemente hechos”. Todo un equipo de sujetos promotores, los periodistas, se encargan de seleccionar, dar forma y difundir las noticias.

Recuerda Lorenzo Gomis que “convertir un hecho en noticia es básicamente una operación lingüística. Sólo los procedimientos del lenguaje permiten aislar y comunicar un hecho. Este lenguaje es el modo de captación de la realidad que permite darle forma, aislar dentro de ella unos hechos que, por un procedimiento de redacción, se convierten en noticia”.

En este sentido, el periodista es “un operador semántico”; es el hombre, o mejor dicho, el equipo humano que elige la forma y el contenido de los mensajes periodísticos, dentro de un abanico más o menos amplio de posibilidades combinatorias con finalidades semánticas dadas, tanto por los factores internos de los sistemas de signos utilizados, como por los factores externos condicionantes del espectro de normas sintácticas aplicables a los códigos que se están utilizando.

Este proceso se ha complicado aún más con el hecho del pluralismo democrático, que ha engendrado un periodismo cada vez más interpretativo. Los periódicos y emisoras no sólo informan, sino que opinan sutilmente ya en la misma forma de titular, de situar en el espacio su información, de ilustrarla e incluso de calificarla. A ello contribuye la orientación política y económica de los dueños de cada medio, sus intereses, el de sus consumidores habituales, espectadores, oyentes o lectores. Factores como la proximidad de la noticia, su actualidad, su espectacularidad, su morbosidad, etcétera, influyen de forma decisiva, desde las leyes mismas de la información.

LA ESTRATEGIA DE LA TELERAÑA

Este proceso, que se producía ya de alguna manera en una aldea que necesita, por ejemplo, la construcción de un pozo para sus carencias de riego y que presiona a al alcalde para que el Ayuntamiento disponga lo necesario, se

hace más complejo en la sociedad moderna al pasar a la inmensa y complicada “aldea global” de los medios de comunicación. La cultura, los estereotipos, la idiosincrasia de un país, influirán de forma decisiva, introduciendo elementos en la coctelera de la comunicación.

La situación se ha agravado con los detentores del poder, los grandes medios u oligopolios de comunicación, que pueden manejar y manipular las noticias con un alcance mundial. El poder político puede convertir un trust de comunicación en un instrumento de sus intereses. Sólo la libertad de expresión y el sano combate de las ideas de diversas tendencias, propias de la sociedad democrática, pueden contrarrestar el poder de los monopolios.

La red se ha ido haciendo más tupida. Desde la palabra hablada, del debate en la plaza del pueblo, se saltó a la palabra escrita y multiplicada en periódico, difundida por las ondas de la radio y la televisión y transmitida por las redes informáticas, gracias hoy, por ejemplo, a Internet y el intercambio de las “news” o e-mail.

La maraña puede embotar al consumidor, acosado de informaciones, pero también le permite mayor libertad de elección. Es muy distinto dejarse influir por el *El Mundo*, *Abc* o *El País*, la cadena COPE o la SER, una *web* particular y *underground* de Internet o la publicidad orquestada de una multinacional que se sirve de vallas publicitarias, cintas de vídeos, cd-roms o anuncios en periódicos.

En la opinión pública creada por los medios de comunicación de masas se asiste muchas veces a un influjo subconsciente e indirecto, que va desde la situación física de una noticia en la página de un periódico, a la imagen con connotaciones, pasando por la línea opinativa que hábilmente se cuelga en la información o el comentario radiofónico de un periodismo cada vez más interpretativo.

Se trata de una lluvia sutil de grandes dosis de información que va calando en el consumidor, que sufre por otra parte una suerte de saturación de datos difícil de digerir y que ha de estar provisto de una formación adecuada para saber distinguir entre el trigo y tanta paja.

Frente a este sigiloso peligro de totalitarismo del exceso de consumo informativo, se da también en algunas comunidades sociales una dictadura rígida que no permite explícitamente el pluralismo de información, por las conveniencias de los que detentan el poder. Todos los comunicadores hemos sufrido presiones más o menos directas para no publicar determinadas noticias, por interés político de un medio o de una institución. Eso, evidentemente, también determina la formación libre de la opinión pública. Aunque parezca increíble a finales del siglo XX, existen todavía sistemas más o menos ocultos de censura y dirigismo.

No es difícil oír en la redacción de un periódico: “No, ese tema no; ya sabes que el presidente del Consejo de Administración es accionista de esa empresa” o “Recuerda que el director trabaja también en aquella emisora”. En muchos medios, basta con una llamada del presidente del Gobierno o de tal o cual ministro o banquero para parar, edulcorar o modificar un título o una noticia. Y no hay que remontarse a la Inquisición para saber qué es lo que se puede publicar o no, en el seno de comunidades creyentes que defienden, por otra parte, a bombo y platillo, la libertad de los hijos de Dios.

El dinero, el poder político y los dueños del mundo –hoy es un hecho– tienen en sus manos los hilos de la opinión pública que, con todos sus defectos y limitaciones, sólo cuenta con una rebaja, la de la libertad democrática, aunque sea a través de sencillo medios marginales: radios y televisiones piratas, periódicos de barrio, sectores libres que luchan por la libertad. Así se creó, por ejemplo, *Greenpeace*, hoy si se quiere también convertida en un poder o un grupo de presión. O el movimiento del 0,7%, Manos Unidas, ONGs, antiglobales y tantas asociaciones o grupos que han conseguido crear opinión pública frente a los poderes establecidos.

II. RESPUESTA DE LA IGLESIA

Aunque en seguida iremos viendo, medio por medio, las aportaciones concretas, se puede decir que finales de los años cincuenta es cuando se despertó por primera vez en la historia de la Iglesia un interés verdaderamente específico por estos medios. Antes Gregorio XVI escribe *Mirari Vos*, donde dice que la libertad de conciencia es absurda, la presa “execrable” y que “cada vez que aparece una novedad, la Iglesia es golpeada por ella”. Primera reacción frente a un periodista y sacerdote, Felicidad Lammenais, y primeras revistas panfletarias.

Pío IX piensa que una revista es un pequeño libro apresurado frente al que hay que defenderse, porque no se somete a censura previa. Sólo León XIII les dice a los periodistas: “Pido vuestro auxilio”

En 1957 aparece la encíclica *Miranda prorsus* de Pío XII que comienza a ocuparse explícitamente “de los nuevos modos de radiodifusión, cinematografía y televisión” en el marco de un decreto que trata de los “subsidijs del apostolado”.

En 1965 se clausura el Concilio Vaticano II, que elabora un decreto que se refiere expresamente a las comunicaciones sociales, *Intermirifica*. Luego aparecerían documentos como la *Communio et Progressio*, la *Evangelii Nuntiandi*, *Aetatis Novae* y la *Redemptoris Missio*, que enfocan desde un

ángulo positivo las comunicaciones sociales⁽¹⁾. Respecto a la voz de los obispos, hay que señalar que la Conferencia de Metropolitano ya creó una comisión de Prensa y la Conferencia Episcopal Española instituye la Comisión de Medios de Comunicación propiamente dicha a primeros de marzo de 1966. Un aspecto especialmente dominante en sus mensajes es la formación del usuario y el influjo de los medios en la familia, además de las reivindicaciones de la Iglesia en cumplimiento de los Acuerdos Iglesia-Estado⁽²⁾. Veamos a continuación las realizaciones concretas:

1. PRENSA

Ya en tiempos de León XIII había surgido en España la necesidad de una creación de “buena prensa”, aunque se tradujo sobre todo en revistas de escasa incidencia social. Hablaré de los medios de comunicación de masas en sentido estricto, no de los pequeños, con lo cual no digo que éstos carezcan de importancia. En la actividad de los MCS y la Iglesia hay que distinguir la que se realiza con medios propios y la que se lleva a cabo a través de una presencia en medios ajenos.

Ángel Herrera Oria⁽³⁾, un santanderino de cuidado bigote, cuello duro, traje gris y mirada penetrante, que entonces tenía poco más de treinta años, daría un paso histórico. Hijo de una familia numerosa –quince hijos, de los que cinco fueron jesuitas– que había estudiado Derecho en Deusto y que fundó un importante diario católico, *El Debate*, (14 de enero de 1935) se convirtió pronto en una destacada figura del catolicismo militante, que de periodista llegaría, con los años, a obispo y cardenal. Inspirado por otro conocido jesuita, el padre Ángel Ayala, que era su director espiritual y dirigía en Madrid la congregación de los *luisés*, fue uno de los creadores de la “Asociación Católica de Propagandistas”. Este primer intento serio de apostolado laical en España era bastante independiente de la jerarquía eclesiástica, hacia la que mantenía una fidelidad de fondo; no intentaba tanto militar en política como influir en la vida pública, y no quería ser una típica asociación piadosa. Por eso *El Debate*⁽⁴⁾ y su continuador el *Ya* fueron, hasta la desaparición de éste en 1993, órganos profesionalmente válidos e incluso eficaces, como se demostró en los últimos años del franquismo. Herrera, como es sabido, llegaría a cardenal y fundador de una Escuela de Periodismo.

(1) Cfr. J.F. SERRANO OCEJA (ed.), *Los obispos españoles y las Comunicaciones Sociales: Mensajes de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social a lo largo de su historia*, EDICE, Madrid, 2000.

(2) J.M. GARCÍA ESCUDERO, *De periodista a cardenal*, Madrid, 1998.

(3) J.M. GARCÍA ESCUDERO, *Ya, Medio siglo de historia (1935-1985)*, Madrid, 1984.

(4) A. MONTERO, “La evangelización por los medios de comunicación en la actual coyuntura sociocultural y política de España”, en *E angelización y Medios de Comunicación*, Salamanca, 1997.

Pasa por diversas vicisitudes económicas y empresariales. No aprovecha el advenimiento de la democracia y se alinea con una línea conservadora. En 1986, *Prensa Unida* pasa a ser el accionista mayoritario, y luego COMECOSA, *Antena Tres*, *Editoriales de Sur* y finalmente, de mano Rodríguez Menéndez, muere. Creo que los obispos fueron culpables del deterioro del *Ya*, por esa obsesión de ortodoxia y alineamiento sumiso con Roma que ha caracterizado los últimos tiempos. El periódico se hizo blando, propagandista en el peor sentido del término y estuvo en manos del nuncio. Su hundimiento, y la despedida de trabajadores, fue uno de los más lamentables episodios de los MC de la Iglesia en los últimos años. Monseñor Montero lo explica así: “Mentar la cuerda, después del triste y reciente ocaso del “Ya”, puede resultar casi de mal gusto. Nada hay imposible para Dios y tampoco, en términos voluntaristas, lo sería ésto para nosotros. El tema merece monografía propia y no precisamente breve. Sólo puedo decir (he seguido de cerca, en los últimos quince años, los esforzados intentos de grupos, ambos de laicos cristianos, expertos y empresarios) que tras años de rigurosos estudios técnicos y prospectivos y de intentos de obtener financiación, el uno y el otro han desistido del empeño. Tres bloques de problemas les salen al paso: uno, el cerco competitivo de los grandes monstruos del periodismo diario, que no se dejan comer el terreno; otro, las colosales inversiones que el proyecto en todo caso llevaría consigo; y el último, de otra naturaleza, la fragmentación, acusado pluralismo y la escasa sensibilización al respecto de importantes sectores de la opinión pública católica, que mermarían por muchos flancos la clientela al rotativo de no atenerse éste en su línea editorial a la mentalidad, sensibilidad o ideología de todos los grupos y sectores del catolicismo español”⁽⁵⁾.

Otro aspecto de la presencia de la Iglesia en la Prensa es a través de la llamada información religiosa. Esta, que había tenido su auge en un posconcilio en que la Iglesia se convirtió para muchos en buena noticia, ha sufrido una increíble decadencia. De los tiempos en que José María Javierre, Jesús Iribarren, Antonio Montero, hoy arzobispo, Martín Descalzo, Jordi Piqué y tantos otros informadores sacerdotes unían a su preparación teológica una adecuada formación profesional, a la ignorancia supina y al desinterés de periodistas y medios informativos por estos temas, ha llovido mucho. Hoy son escasos los medios que mantienen secciones de información religiosa y la Iglesia aparece apenas cuando se produce un escándalo y maltratada. (Reciente Informe de *Odisur*. Milingo, Profesores de Religión, Gescatera).

(5) M^a.I. SÁNCHEZ REDONDO, *Historia de la COPE (1950-1983): Una radio diferente*, CEU, Valencia, 2001 y E. GONZÁLEZ DÍAZ, *Cadena COPE (1981-1992). Proceso de transformación en una radio competitiva a*. Tesis Doctoral inédita, Universidad San Pablo-CEU. Madrid, 2001.

En esto influyen los grandes *trusts* y oligopolios de la información, que se hacen con los medios más poderosos, la avidez de los poderes políticos por controlar las grandes cadenas y hasta la postura de la actual Conferencia Episcopal de miedo a los medios, de no dar la cara, como hacía por ejemplo el cardenal Tarancón. Hasta Navarro Valls, nada sospechoso de progresismo, ha echado en cara a la Iglesia española su opacidad informativa en el caso Gescartera. Hoy casi todo está en manos de los grandes *holdings* como Springer, Muldoch, Berlusconi y entre nosotros, PRISA o Telefónica.

2. RADIO

La historia de la radio se desarrolla casi totalmente en el siglo XX, ya que se consideran como fecha de nacimiento de la radio los famosos experimentos de Guillermo Marconi en 1895 y 1897.

Pero más importante es el P. José Gianfranceschi, físico y rector de la Gregoriana y Presidente de la Pontificia Academia de Ciencias, que es llamado por Pío XI a colaborar con Guillermo Marconi en la fundación de Radio Vaticano (1931). Desde entonces, la dirección de la emisora pontificia queda confiada a la Compañía de Jesús, hasta llegar a las actuales 50 horas de programación diaria en 37 idiomas, resultado del esfuerzo de un colectivo de 400 personas entre técnicos, redactores y administrativos. A partir de 1993 los programas son radiados por vía satélite, lo que hace posible la retransmisión a través de una red cada vez más amplia de emisoras católicas de todo el mundo: en 1999 esas emisoras pueden estimarse en unas 500, sobre todo en Europa y América Latina.

COPE (Cadena de Ondas Populares) que abarcará la mayor de las numerosas y pequeñas radios católicas de España. Una emisora que conserva todavía su originalidad característica y gran éxito es la radio ECCA (Emisora Cultural de Canarias), que desde 1965 desarrolla actividades educativas por radio, formando a lo largo de los años centenares de miles de estudiantes y que con sus métodos y ayudas didácticas se ha convertido en modelo inspirador de muchas “escuelas radiofónicas”, tanto en España como en América Latina.

La Cadena Cope ⁽⁶⁾ surge en 1959 a partir de emisoras parroquiales creadas por los párrocos, fundamentalmente en los pueblos, como instrumento para desarrollar su misión pastoral. Así aparecieron numerosas emisoras, unas 200 aproximadamente, de pequeña potencia y que emitían tan solo durante unas horas.

(6) E. ROMERO POSE, “La Iglesia y las nuevas tecnologías en los medios de comunicación”, Ponencia en el *IV Encuentro Intercontinental de la Red Informática de la Iglesia (RIIAL)*, Ciudad de México, 14-18 de junio, 1999.

Las autoridades españolas se ven en la necesidad de poner orden dentro del espectro radiofónico, reduciendo y reagrupando el número de estaciones para cumplir las normativas internacionales asumidas por España.

En 1959 la Iglesia llega a un Acuerdo-protocolo entre el Ministerio de Información y la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, a través de su secretariado nacional de Cine, Radio y televisión, para resolver el problema de las pequeñas emisoras parroquiales.

Se cierran las pequeñas emisoras, pero a cambio los obispos piden la concesión de una emisora por Diócesis. En total se conceden unas 44 licencias para los obispos diocesanos, 1 para jesuitas y 1 para dominicos.

Los primeros estatutos de COPE se aprobaron en 1965 y fueron confirmados por la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación dos años más tarde. En esta época se crea la emisora Radio Popular de Madrid, inaugurada por Manuel Fraga Iribarne, entonces ministro de Información y Turismo, el 31 de julio de 1969. Entonces la COPE era pobre, muy atomizada, con problemas financieros, pero con una cercanía a los problemas locales.

En 1971 se constituye la sociedad “Radio Popular, S.A.”, más conocida como RAPOSA. El capital social es de 2.300.000 pesetas y los socios que la componen son: la Conferencia Episcopal, los obispados con emisoras, la Compañía de Jesús y la Orden de Predicadores. “Radio Popular, S.A.” surge ante la necesidad de crear una cadena de difusión nacional, utilizando contratos de adhesión entre esta sociedad y las diferentes emisoras con personalidad jurídica independiente.

RAPOSA se crea como una sociedad de servicios para el resto de emisoras y más tarde ordenará las relaciones sobre programación y publicidad de la Cadena.

En 1975 se realiza la Convención de Ginebra, que otorga a nuestro país un número determinado de frecuencias. El Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora se aprueba en 1978 e intenta adaptar la situación española a la nueva distribución de frecuencias y divide las emisoras en dos planos: públicas y privadas.

En este momento se impone la constitución de redes sincronizadas de frecuencias y la participación del Estado en al menos el 25% del capital social de las sociedades concesionarias. Ante esta situación, la Conferencia Episcopal decide que la titularidad de las concesiones se otorgará a Radio Popular, S.A., y amplía su capital social a cuarenta millones de pesetas.

La sociedad cambia su nombre por el de Radio Popular, S.A. –Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE)–. De esta forma se abre el proceso que

se conoce como “integración de emisoras”, que supone la transmisión jurídica de las emisoras a la nueva sociedad. Los obispos, jesuitas y dominicos pasan a ser accionistas de la sociedad junto con la Conferencia Episcopal y se integran dentro del Consejo de Administración.

Un año más tarde comienzan a emitirse los primeros programas en cadena, entre ellos algunos de deportes, y en 1983 se inicia una emisión en cadena con informativos, magazines, retransmisiones deportivas y programas socio-religiosos.

Ese mismo año José Luis Gago, entonces Director General, propuso al Consejo de Administración la contratación de Luis del Olmo como garantía de calidad y aumento de la audiencia. Un año más tarde se contrata también a Encarna Sánchez y Alejo García. Gago se encontró con una firme oposición a su propuesta, debido a la situación económica en que se encontraba la empresa. Sin embargo, estos personajes garantizaron el éxito comercial de la COPE. Comienza aquí la andadura de COPE como cadena generalista, que empieza a competir con las grandes cadenas radiofónicas del momento.

Desde entonces la Cadena COPE adquiere cada día una mayor relevancia dentro del panorama informativo de nuestro país, hasta convertirse en la tercera emisora más importante de España. Pero la cadena no sólo pierde mucho de su sabor local, sino que comienza a crear problemas a los obispos por su evidente alineamiento político con la derecha, que llega a provocar una queja de los socialistas a la Santa Sede.

Radio Popular, S.A. COPE trata, según sus estatutos, de inspirarse y guiarse en los principios del humanismo cristiano y se dirige hacia la difusión de los principios de la Iglesia Católica promocionando los valores humanos, sociales y culturales de la sociedad en general. Pero siempre dentro del marco de la libertad y la independencia. De hecho Gago dimitió en septiembre de 1984 y entra también el neoconservadurismo en la COPE. La comercialización prácticamente no confesional subsiste con programadores religiosos cercanos a Comunión y Liberación, Legionarios de Cristo u Opus Dei.

Algunos obispos en su diócesis no ven clara la labor apostólica de la cadena, por lo que surgen a partir de los años noventa nuevas emisoras de las llamadas explícitamente religiosas. Así se funda Radio Santa María en Toledo, Radio Stern en Cataluña (música y reflexión cristiana) y radio María, fenómeno distinto. Radio María nace como radio parroquial en 1982 en la parroquia de Arcellasco d’Erba, en la provincia de Como y Diócesis de Milán. Es la época en que en muchos campanarios italianos los párrocos colocan una antena para alcanzar al mayor número de fieles, especialmente enfermos. “La finalidad de la radio es la de mantener a los parroquianos informados acerca de la vida de la parroquia y ayudarles en la oración, especialmente con la transmisión de la santa Misa y del Rosario”.

Radio María conserva esta característica hasta enero de 1987, cuando se forma la Asociación Radio María, compuesta por laicos y sacerdotes, con el fin de que la radio sea independiente de la parroquia y de que se comprometa en una obra de evangelización a mayor escala. Hecha por voluntarios, de línea pietista y conservadora, tiene escaso valor profesional. Escapa, en cierto modo al control de los obispos.

Me parece positivo que haya emisoras de explícito contenido religioso, igual que hay especializadas: deportivas, musicales, informativas. Lo que me parece preocupante es que se den los dos extremos: entre emitir rosarios y misas y ser en la práctica un órgano del Partido Popular hay opciones intermedias, como por ejemplo lo fue en sus comienzos la COPE.

3. CINE

Hasta tiempos de Pío XII y su tesis del “film ideal” no se produce un interés positivo de la Iglesia por el cine, que en sus albores de espectáculo de barracas y en su desarrollo posterior es casi sinónimo de pecaminoso. De las películas calificadas por colores a aquellas de 3 (mayores), 3r (mayores con reparos) y 4 (altamente peligrosa) se pasó a considerarlo en algunos sectores de la Iglesia como Séptimo Arte.

La presencia de la Iglesia en el mundo del cine es escasamente testimonial. Nula en la producción de películas, se ha centrado escasamente en la crítica y la formación de espectadores con francotiradores beneméritos, como José María Pérez Lozano y los famosos cineclub y cine-foros.

La fundación en España del Festival de Cine de Valladolid en los años cincuenta es dedicado entonces específicamente a valores humanos y religiosos, junto a la creación de una cátedra, a cargo de Carlos María Staehlin, autor de diversos libros de teoría y estética. De aquellos años data la puesta en marcha de revistas calificadas como *Film Ideal*, *Cinestudio*, y *Reseña* (España, 1964). El grupo “Reseña” mantiene vivo un anuario con crítica actualizada de cuanto se estrena, titulado *Cine para leer*. El secretariado de la Comisión de Medios edita un boletín de crítica.

4. TELEVISIÓN

El salto mortal de la Televisión, gracias a las plataformas digitales y por satélite, está suponiendo una revolución en el mundo de la imagen. El acceso global gracias a las antenas parabólicas y a la televisión por cable ha roto todas las previsiones. Hoy es posible seguir una guerra por la CNN al mismo tiempo que seguimos las incidencias del barrio por una televisión local.

¿Ha respondido la Iglesia a esta revolución? Desde sus inicios, es cierto, la Iglesia española tuvo acceso a la televisión pública a través de programas religiosos, la retransmisión de la misa y poco más. Hoy esos programas, que no voy a analizar, siguen emitiéndose en horas obsoletas y no se puede decir que tengan gancho para el espectador. A veces, la presencia de un cristiano en un programa laico ha tenido más fuerza que docenas de programas religiosos.

Cuando se produce la multiplicación de cadenas de televisión la Iglesia española, pese a sus negociaciones, no consigue un espacio en esos medios. Los hay en las autonómicas de Andalucía, Galicia, Cataluña y el País Vasco. La portuguesa ha alcanzado un acuerdo con una cadena privada y la italiana ha creado la red Sat2000. La Conferencia Episcopal estuvo en negociaciones con Vía Digital, pero los imperativos económicos fueron insuperables. Además, también suponía un determinado alineamiento político.

Al mismo tiempo surge el fenómeno de las televisiones locales. Se han creado en nuestro país en poco tiempo 900 televisiones locales. Algunas diócesis ha aprovechado este boom. Primero la de Toledo; En Madrid, TMT; Badajoz está negociaciones con el grupo Correo; Tenerife, Orense, Santander, Alicante, etc. (Orihuela-Alicante produce "De par en par", un programa que la diócesis ofrece a las TV locales. Algunas se limitan a emitir una carta de ajuste.

Muchas de estas emisoras responden a esa nueva línea apologética que resta credibilidad y alinea sus programas casi con el estilo protestante de telepredicadores.

La Iglesia universal cuenta con el Centro Televisivo Vaticano, desde octubre de 1983, para producción de material audiovisual. Su primer director, Fiorenzo Tagliabue, era un hombre vinculado a Comunión y Liberación. Los combonianos y otras entidades producen vídeos.

5. NUEVAS TECNOLOGÍAS

Las nuevas tecnologías nos encaminan a un mundo más intercomunicado. Un ejemplo palpable en la evolución de los nuevos medios de comunicación es (Internet). Éste, se nos presenta, ya que no posee un propietario exclusivo de la Red, como un verdadero instrumento destinado a todo tipo de usuarios (públicos y privados), que va favoreciendo una transformación del sistema global de las comunicaciones. Vamos siendo testigos de una convergencia de globalización humana que, lejos de una evolución meramente económica (paradigma del hombre teledirigido y manipulado), más bien parece inspirarse en ese otro sentido de la evolución creativa, en donde la interactividad del hombre se pone de manifiesto como continuación de lo social-dinámico.

Según el “Informe Mundial sobre la Comunicación” (Unesco, 1999), tres mil millones de mensajes se intercambian mensualmente en el mundo. 75 millones de personas tienen correo electrónico. Casi 30 millones de páginas de información están disponibles actualmente... y para el año 2000 están previstos cerca de mil millones de internautas. En el sector de los medios de comunicación, Internet se impone como soporte de información, capaz de transmitir en tiempo real la actualidad junto con la radio, la prensa y la televisión. También en el campo de la formación y la educación, Internet aparece con sus infinitas posibilidades: miles de publicaciones científicas, documentación accesible, universidades y escuelas que abren sus bibliotecas en la red... Internet parece estar llamada a transformar las condiciones de trabajo, rompiendo el aislamiento científico y cultural. ¿Estamos siendo testigos de una mutación de las formas de producción, intercambio y aprendizaje? El informe de la Unesco augura que sí, asegurando que Internet se inscribirá en un ciberespacio ético si se consigue el fortalecimiento, por una parte, de las redes reservadas a la educación, a la formación y a la cultura, y por otra, de las libertades fundamentales y de las normas deontológicas.

Entre los grandes desafíos de la comunicación, aprovechando las nuevas tecnologías, nos encontramos con la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL), proyecto que desde los inicios de la década de los 90 llevan en conjunto el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales y el Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM). Es un ejemplo palpable de todo lo anteriormente dicho, aunque los medios empleados no pasen necesariamente a través de Internet. La Iglesia hace uso de un instrumento, la informática, que supone su inserción en la era del mundo digital. Pero el empleo de estas tecnologías supone la necesaria formación y cultura que den sentido a la finalidad que se busca: la evangelización. Sólo así es posible ofrecer unos servicios y obtener los mejores frutos adecuados con el propio fin de la Iglesia.

El eje cultural en el que se encuentra enmarcada dicha Red propicia además un acercamiento a la propia realidad latinoamericana que se extiende a países como España, Brasil, Portugal, o incluso parte de los Estados Unidos. Sin ignorar la diversidad de condicionamientos y caracteres, es mayor el aspecto de unidad que nos ampara: un lenguaje y costumbres comunes. Hemos sido testigos de cómo estas nuevas tecnologías aprovechan un medio de comunicación ágil y económico, llegando a los lugares más necesitados y alejados para la evangelización.

Han sido varias las etapas por las que ha pasado la RIIAL desde la propia génesis técnica en que apoyar toda su instrumentación, hasta la elaboración o selección de contenidos y su propio análisis. En la actualidad y gracias, por ejemplo, al uso del correo electrónico, millones de usuarios pueden beneficiarse de publicaciones, boletines, noticias o intercambio de

documentación. Sin embargo, es sólo el comienzo. La elaboración de los recientes prontuarios en las distintas áreas que conforman la RIIAL ha de ser un acicate para que las iglesias particulares sean conscientes del enorme esfuerzo que aún queda por realizar; así se ve cada vez más necesario el crear auténticos “portales” de comunicación en donde acceder a bases documentales de primera mano, sin olvidar toda la tradición de siglos atrás que supone un tesoro insustituible para la evangelización”⁽⁷⁾.

III. LIBERTAD DE INFORMACIÓN

EXPERIENCIA Y CONFLICTOS

“No hay en el mundo señorío como la libertad de corazón” decía Baltasar Gracián. La libertad de expresión e información es anterior a un corazón libre, es un derecho de la persona.

La libertad de expresión es algo predicado y defendido por la propia Iglesia jerárquica. Como sabéis, Pío XII llegó a decir incluso que era necesaria una opinión pública en la Iglesia, lo que supone un contraste de pareceres y sobre todo libertad de información.

El Vaticano II defiende en la *Lumen Gentium* la libertad de opinión de los fieles ante la jerarquía (n. 119). El decreto *Inter mirífica* habla de este derecho humano: “Existe pues en la sociedad humana el derecho a la información sobre aquellas cosas que convienen a los hombres, según las circunstancias de cada cual, tanto particularmente como unidos en sociedad” (n. 5).

El propio Juan Pablo II recuerda que “la libertad es la prerrogativa más noble del hombre. Desde las opciones más íntimas, cada persona debe poder expresarse en un acto de determinación consciente inspirada por su propia conciencia. Sin libertad, los actos humanos quedan vacíos y desprovistos de valor” (Jornada Paz, 1998).

En un discurso a los periodistas de 1986 dice que el periodista debe ser “el hombre de la verdad”, y añade: “Es necesario tener el coraje y la sinceridad de proclamar abiertamente que todas las formas de deformación y falsificación constituyen una verdadera y propia desnaturalización del periodismo”.

Mi experiencia profesional es que una vez más la Iglesia no cumple institucionalmente lo que predica. Voy a narrar sucintamente acontecimientos

(7) Cfr. J.F. SERRANO OCEJA (ed.), *Los obispos españoles y las Comunicaciones Sociales: Mensajes de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social a lo largo de su historia*, EDICE, Madrid, 2000.

de vida que prueban esta afirmación. Los hechos hablan por sí mismos de este continuo conflicto que se ha ido agudizando en los últimos años.

1. EL VATICANO Y EL FRANQUISMO

Recuerdo con emoción mis primeras armas en el periodismo. Mi primer artículo fue publicado en los años 60 en la primitiva *Vida Nueva* cuando, sucesora de Pax, era una revista de diferente formato y dirigida en general a la familia, cuando su director era José María Pérez Lozano. Aquel trabajo era un símbolo de lo que sería mi trayectoria como periodista: consistía en una encuesta en la calle sobre el Concilio que alboreaba.

Fue también una época de primavera para la libertad de expresión en la Iglesia. Eran los tiempos del *disenso* y la contestación, donde por primera vez la gente podía expresar libremente lo que pensaba, como el adolescente que termina los años tutelados del colegio y estrena libertad.

Por aquellos años de ventanas abiertas y aire fresco en la Iglesia los problemas venían de fuera, de la contumaz censura del franquismo.

Durante los años sesenta y setenta, cuando la revista *Vida Nueva* daba cuenta de la maravillosa y refrescante aventura del posconcilio, era mirada con lupa por el Ministerio de Información y Turismo que lideraba el hoy presidente de la 'Xunta de Galicia', Manuel Fraga Iribarne. Eran los años de la censura previa. Había que enviar diez ejemplares de la revista al Ministerio, donde daban el visto bueno para que el número saliera a la venta y a los suscriptores. Recuerdo, siendo director José Luis Martín Descalzo, la triste experiencia que se repetía una y otra vez. La revista llegó a ser mutilada, materialmente despojada, de su de información política, una página por cierto muy bien elaborada, escrita bajo el seudónimo de Segundo Arteché por un hoy conocido y brillante columnista: José Luis Martín Prieto. Era los años en los que vivimos bajo la mirada inquisitorial de la dictadura, en la que todos los periódicos –desde el *Arriba al Ya*, pasando por el *Pueblo*, el *Madrid*, *El Alcázar* e *Informaciones*–, contaban lo mismo, lo que permitían los que ostentaban el omnímodo y monocolor poder.

Viví por entonces otra anécdota reveladora: Hace aproximadamente veinte años conducía yo un espacio informativo en la cadena COPE, aquella balbuciente red de emisoras de la Iglesia entonces pobre pero honrada, y que a pesar de emitir en los difíciles años del franquismo se caracterizaba por hacer un esfuerzo de denuncia social y pluralismo.

Recuerdo que en uno de aquellos espacios informativos conectamos con Radio Vaticano, la emisora del Papa, para dar cumplida cuenta de las noticias del día en la Ciudad Eterna. Pregunté al entonces responsable del programa

español, Ricardo Sanchís, qué opinaba el general de los jesuitas, Pedro Arrupe, de un súbdito suyo que se encontraba en Valencia encarcelado por el régimen. Sanchís replicó: “El padre Arrupe dice que si la cárcel es por el Evangelio, bendita sea la cárcel”.

Aquella información, que ni siquiera era nuestra ya que nosotros, en la emisora de Madrid, nos habíamos limitado a hacer de meros transmisores, me costó un disgusto. A los pocos minutos de emitir la noticia sonó el teléfono. Era de Presidencia del Gobierno para anunciarnos que nuestro programa debería pagar una multa de 50.000 pesetas, una auténtica fortuna entonces.

2. PONTIFICADO DE JUAN PABLO II

A) EL CASO “PRELATURA”

Pasaron los años y desde aquella modesta pero eficaz ventana que era *Vida Nueva* contemplamos la muerte de Franco, la transición política, los primeros Gobiernos de la democracia española y el cambio que supuso la elección de Juan Pablo II. Es curioso: la intransigencia, los recortes a la libertad de expresión, los intentos de amordazar a los medios informativos no venían ya, como es lógico, del Estado, que constitucionalmente había profesado el pluralismo político y las libertades democráticas. Los problemas para la libertad comenzaron a proceder de la Iglesia.

Ya dentro el pontificado de Juan Pablo II vivimos en la redacción de *Vida Nueva* una historia increíble e incalificable. Un buen día llegó a nuestra redacción un manojo de papeles, sin remite. Al abrirlo, pudimos comprobar por sus membretes que eran cartas de altos dicasterios vaticanos sobre un tema secreto y tabú: El proyecto de erección en Prelatura Personal del Opus Dei. El entonces director de la revista, Bernardino M. Hernando, de acuerdo con la redacción, decidió que el pueblo de Dios debía conocer la intención del Opus de convertirse en prelatura ya que, tal como se veía entonces, era tanto como concederle una diócesis autónoma de carácter personal al discutido movimiento, por entonces instituto secular. Preparamos un dossier. Pero alguien debió enterarse antes de que apareciera publicado y dio «el chivatazo» a las altas jerarquías del Opus.

Lo que se organizó no puede ser resumido en unos breves párrafos. Miembros de la Obra fueron a arrodillarse a los pies de varios cardenales, a superiores generales de órdenes religiosas, y en definitiva a la casa editora de *Vida Nueva*, PPC, para impedir que aquel texto saliera. Las presiones fueron incontables. Llegamos a tener verdaderos «espías» en los pasillos de nuestra redacción y hasta en la imprenta. Al final la casa editora obligó al director a que fuera retirado, literalmente arrancado, el “pliego” o dossier en que se contaba la noticia bomba. Pero aquella vez, a los que pretendían parar la

información verdadera por miedo a que la difusión de la verdad abortara sus gestiones en la curia, el tiro le salió por la culata. *Vida Nueva* ya tenía impresa la portada con el título: “El Opus Dei quiere transformarse”. Y entre paréntesis “jurídicamente”. Encartada en aquel número iba una octavilla impresa que decía que la revista aparecía mutilada «en contra de la voluntad del director y de los redactores de *Vida Nueva*”. Digo que aquella censura se convirtió en perjudicial para el secretismo del Opus, puesto que la campanada y la curiosidad fue mayor. Al día siguiente un diario de mucha mayor difusión, *El País*, contaba ampliamente la historia que había sido censurada en el semanario católico. La oficina de Información del Opus continuó desmintiendo la noticia hasta que al cabo de los años, tal como informamos, el Opus Dei efectivamente se convirtió en prelatura personal. Yo, como director del semanario, reproduje la portada censurada con un cambio en el tiempo del verbo: “El Opus Dei se transformó”. Los simples hechos dejaban en ridículo las mentiras repetidas por el Opus hasta la saciedad.

Aquello fue un antecedente de lo que vendría después. El pontificado actual –no es ningún secreto– ha intentado, seguramente con intención evangelizadora, controlar la libertad de expresión y opinión dentro de la Iglesia uniformando la teología, la enseñanza religiosa y los medios de comunicación de la Iglesia. Nuestra revista se alineaba con publicaciones europeas como *Les informations catholiques* (luego *Actualité religieuse dans le monde*), *Il Regno*, *Com Nuovi Tempi*, *The Tablet* o el *National Catholic Reporter* de EE.UU, entre otras.

Después supimos que nos leían con lupa en Nunciatura y subrayaban en rojo los temas que concernían a la Teología de la Liberación, el celibato, la ordenación de la mujer, el Opus Dei, América Latina, la crítica a las instituciones y hasta los chistes. Curiosamente los chistes de Quique, Cortes o Nando, cuando trataban de Dios y los santos no creaban problemas, pero si incluían obispos suscitaban en seguida la indignación y protestas de sectores oficiales.

B) EL CASO LUCIANI (1984)

Otro caso revelador, y de alguna manera detonante de la forma de proceder de la institución eclesial en los temas que la afectan, fue el de la muerte de Juan Pablo II. Un buen día llegó a mis manos un dossier sobre su prematura desaparición, escrito por un sacerdote que trabajaba en la Comisión de Catequesis de la Conferencia Episcopal, Jesús López Sáez, excelente persona y líder de una importante comunidad cristiana madrileña, que estaba muy preocupado por las extrañas circunstancias que rodearon la muerte del papa Luciani. Posteriormente este sacerdote ha publicado dos libros sobre el tema. La tesis de Jesús López en su artículo coincidía en líneas generales con

la de Yallop: Había muchas contradicciones en la muerte de Juan Pablo I y muchos cabos sueltos. Pensé que *Vida Nueva* debía publicar aquel informe como una opinión más, discutible, sin adherirse a él. Y así lo hice, precedido de una breve introducción en la que aclaraba que aquella no era la opinión editorial de la revista.

Nunca pude imaginar que se iba a provocar tan tremendo revuelo. El obispo Antonio Montero, a la sazón presidente de PPC y de la Comisión de Medios, me llamó inmediatamente y me indicó que sin demora debía escribir una carta, como director, pidiendo perdón a la Santa Sede, pues era tanto como considerar al Papa actual encubridor de un asesinato. Escribí la carta, en la que decía que ni por asomo había intención de ofender a nadie y menos a la Santa Sede, y la llevé personalmente al nuncio.

Pero ahí no quedó la cosa. Acto seguido miembros de la curia llamaron al obispo a Roma, le dieron toda clase de libros y materiales sobre Juan Pablo y lo agasajaron en el Vaticano como nunca. Jamás se olvidará aquel incidente y cuando en el futuro surgieron nuevos problemas en la revista siempre se recordará “lo que molestó en Roma el caso Luciani”. En tanta insistencia comenzaba a ser sospechosa de si en realidad no habría realmente algún gato encerrado en el caso Luciani.

Mientras tanto, la tensión en la redacción iba aumentando día por día. Otro dato que explica la situación que se comenzaba a vivir en los medios de comunicación de la Iglesia se produce durante una visita *Ad límina* de los obispos españoles. Cuando el obispo Montero es presentado como presidente de la Comisión de Medios de Comunicación, el Papa le pregunta:

– Dígame, ¿*Vida Nueva* es de la Iglesia?

– Bueno, propiamente es de un sodalicio compuesto por clérigos y seglares...

– Y el *Ya* ¿es de la Iglesia?

El obispo vuelve a contestar que pertenece a los Propagandistas, pero que no es directamente propiedad de la jerarquía.

Las palabras del Papa revelan claramente su pensamiento. Preguntaba por sus “divisiones” en España. Vivía por entonces la idea de recristianizar Europa, el famoso “sueño de Compostela”. Ya no se querían medios de expresión y Opinión Pública en la Iglesia y de la Iglesia, sino de propaganda del vértice de la Iglesia. La única imagen equivalente en el mundo secular de esta forma de hacer periodismo vendría a ser el *Pravda* de la época soviética, curiosamente un medio que representaba la forma de informar contra la que el Papa había luchado heroicamente. Cuando se aproximaba la tormenta que

acabaría definitivamente con la controlada libertad de expresión de la que disfrutábamos, el cardenal Enrique y Tarancón me decía: “Tú aguanta, no te vayas, que te echen y que te indemnicen”. Julián del Olmo, entonces redactor-jefe de la revista, solía decirme: “Convéncete, Pedro: Ya no se contentan con *fidelity*; quieren *High fidelity*”.

Dado el ambiente enrarecido, comenzamos a autocensurarnos dentro de lo que nos permitía nuestra conciencia. Finalmente en 1987 soy destituido de director de VN. Desde el primer momento no lo consideré como un asunto personal. Aquello no era un simple relevo de director. Para que quedara claro, escribí aquel día un artículo en *El País* en el que afirmaba que mi destitución era todo un símbolo de un nuevo periodo de catacumbas y autoritarismo dentro la Iglesia. Todo mi equipo acabó por dimitir y marcharse detrás. Esta orientación, más allá de lo personal, venía corroborada por la solidaridad de periodistas católicos progresistas europeos, que firmaron un documento conjunto solidarizándose. Lo que ha sido la revista después de aquel momento son ustedes los que deben juzgar. Sólo diré que la libertad de información y expresión en la Iglesia sigue hoy hipotecada en los medios propios y fuera la Iglesia ha perdido en los medios laicos mucha presencia como noticia. Debo añadir que pocos meses después Jesús López, el autor del dossier sobre Luciani, fue destituido de su cargo en la Comisión de Catequesis de la Conferencia Episcopal.

A mi salida de un medio religioso fui llamado a trabajar en medios laicos, como *Radio Nacional de España*, *El Globo*, *Tiempo* y *Diario 16*. Pensé que se abría un nuevo periodo para mí como profesional y que eso me evitaría problemas, puesto que podría a partir de entonces informar y a opinar con libertad.

Pero el círculo volvía a cerrarse lentamente. *Diario 16* siempre me permitió –he de confesarlo– la libertad de expresión e información que nunca tuve en la Iglesia. Sin embargo, poco a poco comenzaban a llegar las quejas de nunciatura a mis superiores religiosos. El nuncio Mario Tagliaferri me llegó a decir: “No entiendo cómo usted escribe esas informaciones. Me han dicho que es de buena familia y que incluso ha escrito vidas de santos”. Le contesté: “Monseñor ¿no es el santo Padre el que defiende precisamente que los periodistas debemos contar la verdad? ¿Por qué se escandaliza de que yo informe simplemente de lo que está ocurriendo en la Iglesia? Censúreme si informo parcialmente. Pero, si cuento la versión de ambas partes en un conflicto, estoy sirviendo a la verdad”. Otra acusación muy frecuente era que “los trapos sucios se lavan en casa”, el ocultamiento y el secretismo como solución contra las lacras de la Iglesia. Yo les decía: “Las sábanas sucias se sacan al balcón para orearlas, ¿no crees?”. El Opus, con creciente influencia en la jerarquía, tampoco perdonaba que se informara abiertamente sobre sus manejos, que eran incluso denunciados por prelados como el cardenal Hume.

C) EL TABÚ DE LA SALUD PAPAL

Los nuevos problemas surgieron cuando se me ocurrió interesarme por la salud del Papa.

Primero publiqué un artículo sobre el Parkinson, desmentido por el Vaticano. Daba cuenta de los esfuerzos que los cámaras de la RAI hacían por disimular el temblor del Papa. Meses después el portavoz vaticano, doctor Navarro Valls, tiene que admitir con otro nombre técnico el hecho del Parkinson: “El papa tiene una enfermedad de origen piramidal”, dijo en Bosnia.

Pero el sector “papolátrico”, que nunca quiere aceptar que el Papa es un hombre y por tanto sujeto a debilidades, pretende mantener en secreto los cada día más evidentes problemas físicos de Juan Pablo II. El 23 de marzo de 1996 publiqué otro artículo, reproducido en todo el mundo gracias a la intervención, un tanto simplificadora, del corresponsal en Madrid de *Il Messaggero*, donde hablaba de rumores en Roma sobre el cáncer del Papa (Hoy puedo decir que mi fuente no era cualquiera, sino un enfermero personal del pontífice). “Su delgadez y las posibles metástasis, –escribía– que explicarían la complicación ósea y las caídas, podrían corroborar la hipótesis del cáncer, probablemente originado tras el atentado y ulterior operación de colon. Si esta hipótesis se confirma y dado que este mal avanza en las personas de cierta edad con alguna lentitud, Juan Pablo II puede aún tener mucha vida, por fortuna para sus fieles y realizar el sueño de “conducir la barca de Pedro hasta el año 2000, como le vaticinó el cardenal Stefan Wyszynski”. Y añadía: “Esto indica el clima que se respira en Roma en torno al tema tabú de la salud del Papa. En opinión de no pocos observadores extraña la escasa transparencia de la curia vaticana en cuestiones de capital interés y sobre los que el pueblo fiel tendría el derecho de conocer toda la verdad”.

Por aquellos meses aparecía mi biografía de Juan Pablo II *Hombre y Papa*, que molestó a algunos teólogos oficialistas. El “teólogo de los obispos”, Olegario González de Cardedal, extrapolarlo y falsificando la tesis de mi libro, escribe en *Abc* que para mí Wojtyla es “un buen obispo y un mal papa”, lo que llega naturalmente al cardenal Ratzinger. Evidentemente no era un libro hagiográfico y adulador, pero muy respetuoso y hasta cariñoso con el devenir humano y espiritual de su protagonista. Recogía, eso sí, las diversas corrientes disidentes dentro de la Iglesia. Pero eso resultaba intolerable para la dominante corriente “papolátrica”, para quien el Papa por definición es el conjunto de todos los bienes sin mezcla de mal alguno y que desconoce simplemente la historia de la Iglesia, llena de santidad y pecado, grandezas y miserias. Tampoco aceptaban que previamente hubiera publicado otros libros, como mi biografía de Pedro Arrupe, donde se recoge la destrucción sistemática

de una de las más importantes figuras de la Iglesia actual, y el proceder auténtico de un hombre libre y santo.

Vuelve a cerrarse el círculo, esta vez en torno a mis superiores de la Compañía de Jesús. Un día me llama mi provincial y me muestra dos cartas: una del general de los jesuitas que me imponía la censura previa a todos los artículos, insinuándome que la otra alternativa era “buscar otro espacio” donde poder expresar mis ideas. Y otra nada menos que del “número dos” del Vaticano, cardenal Angelo Sodano, que venía a decir: “Callen a ese jesuita que tanto daño está haciendo a la Iglesia”.

¿Qué podía hacer? Opté por aceptar el silencio en temas religiosos para no verme obligado a abandonar la Compañía y, supuesto que la censura previa no es factible en un periodismo de elaboración casi instantánea, sugerí que me permitieran escribir de otros temas sociales y humanos para no verme literalmente machacado y anulado en mi vocación de escritor, mientras aceptaba la censura para los libros, que por otra parte siempre había tenido.

Hoy sigo en este régimen. Si ahora hablo en público es porque esa censura afecta sólo a mis escritos. Las cosas no han mejorado. La beatificación de Pío IX es una prueba de que en la Iglesia no se quiere renunciar al autoritarismo centralista, no se quiere beatificar sólo a Juan XXIII, que sería como potenciar la libertad que supuso el espíritu del Concilio. Que el estilo del *Syllabus*, o “la verdad” impuesta desde arriba, sigue vigente por encima de los derechos humanos, entre ellos la libertad de información y opinión que representaba la *Pacem in taerris*, una encíclica que pone al hombre en el centro de los derechos.

Recuerdo que cuando le pedí al cardenal Tarancón que escribiera una columna en “Vida Nueva”, tras su jubilación, publicó un artículo defendiendo la revista, y trazaba lo que en su opinión debía ser el periodismo cristiano: “En el momento actual del mundo –y de España– no se puede vivir de nostalgias ni son lícitas añoranzas del pasado que ya no puede volver”. “Es necesario “conservar el corazón joven”, –decía.

Albert Camus añadía que “para la Prensa, como para el hombre, la libertad sólo ofrece una posibilidad de ser mejor; el servilismo no es más que la certidumbre de ser peor”. Hoy asistimos a un periodismo católico servil y de propaganda, no en servicio a la verdad de lo que ocurre, sino a la verdad impuesta desde un dualismo teológico; no desde el concepto de Pueblo de Dios del Concilio, que también participa del Espíritu Santo. Además yo nunca he entendido un “periodismo católico” como tal, sino un ideal de periodismo profesionalmente correcto, que si es serio y responsable, en una palabra ético, en su intento de acercarse lo más posible a lo verdad de lo que ocurre, ya es cristiano.

En una palabra, como comenzaba esta exposición, hoy más que nunca tenía razón el padre Baltasar Gracián, un jesuita y figura de nuestra literatura que también sufrió los sinsabores de la persecución por sus ideas al decir que “no hay señorío mayor que la libertad de corazón”. O, como decía Shakespeare, “me pueden encerrar en una nuez, pero soy dueño de los espacios infinitos”

IV. DESAFÍOS A LA COMUNICACIÓN CRISTIANA

En síntesis, los desafíos que los MCS plantean al cristiano podrían sintetizarse de este modo. El cristiano hoy ha de afrontar la:

1) **Selección del medio.** Es imprescindible que ante tanto mensaje indiscriminado y, sobre todo, subliminal, el ciudadano se proteja eligiendo. No se pueden embotar los sentidos todo el día ante una pantalla de televisión o de Internet. La cultura del *zapping* destruye la libertad del mando a distancia. Por un lado hay que optar; por otro, no cerrarse a una sola cadena o periódico.

2) **Selección de espacios.** La multiplicidad de manjares nos permite libertad de menús. Comerlos todos acaba con el paladar y el sistema digestivo. Sólo la educación cultural permitirá que se elija un film de calidad o un programa informativo donde las noticias se transmiten contrastadas y enriquecidas por diversas opiniones. En este sentido los debates radiofónicos, salvando excepciones insultantes, han enriquecido la opinión pública española.

3) **Creación de un juicio.** El viejo argumento de “está en los papeles” o “lo dijeron ayer en la tele” no sirve. Hay que desmitificar los medios de comunicación. Eso se ha logrado en España en parte con las televisiones privadas y el debate electoral. Al final es elemental que no se trague todo.

4) **Participación en el debate.** La radio, una vez más, es el medio más popular y que mejor ha enriquecido la nueva plaza pública de intercambio de opiniones. Quizás porque baste con descolgar un teléfono. El *feedback* en todo caso es indispensable en la sociedad actual. No debemos permanecer pasivos. Aunque sea con el voto o con el boicot a un medio informativo, el ciudadano tiene mil posibilidades de manifestar su opinión y comportarse como un adulto.

5) **La creación de medios libres,** y minoritarios: la emisora de pueblo, la televisión y el periódico de barrio. Es básico que el consumidor se vaya convirtiendo cada vez más en comunicador, aunque sea en pequeño, y de esta manera concretar a su nivel auténtica opinión pública. Esto facilita el ejercicio de su ciudadanía y sus derechos como persona.

La tecnología y el progreso son, como todo en la vida, bienes ambivalentes. No buenos ni malos en sí. Un automóvil puede liberarnos hacia un fascinante viaje o contaminarnos e idiotizarnos en un atasco ciudadano. Depende del uso que le demos.

La información puede convertirnos en enanos mentales y teledirigidos como marionetas, pero es al mismo tiempo el resorte que utilizamos para romper con todas las dictaduras que pretenden impedirnos pensar. Recomiendo en este sentido la lectura de una breve novela apasionante, *Sostiene Pereira*, de Antonio Tabuchi, llevada al cine con menor acierto. Recoge la historia del oscuro periodista cultural lusitano que alcanza la libertad publicando una breve noticia en un periódico.

El hombre en su realización terrena, por su finitud y contingencia, no puede alcanzar toda la verdad, pero la adquiere a retazos. Tiene pues derecho a ser informado y a informar. Y finalmente, como consecuencia de ello, a alcanzar una opinión personal que con la suma de otras, la discusión y el debate puede devenir en pública. Hoy la mesa camilla de la tertulia familiar tiene el tamaño de todo el planeta.

Pues bien: volviendo a la Buena Noticia, no puede escamotear este proceso contemporáneo. En primer lugar porque los evangelizadores, hombres de Iglesia, pastores o predicadores son, quiéranlo o no, materia noticiable. Y no pueden argüir que son “materia reservada”, “misterio” u “hombres de Dios” para huir de la información. Están en la sociedad y la sociedad funciona hoy así. Son tratados con las “leyes informativas”, que no miran las intenciones secretas, sino los hechos y su interés informativo, que los periodistas solemos llamar *feeling* periodístico.

El resultado es, desgraciadamente, muy ambiguo. Las Iglesias y sus ministros aparecen por sus hechos externos, por lo general extraños y poco edificantes; sus mensajes son codificados conforme a las ideas dominantes y vigentes en la sociedad.

La solución para evitar esta ambigüedad *no está en crear medios de difusión “piadosos”*. (No estoy en contra de Radio María o Santa María. Tienen su función específica y monográfica). Nadie impide que se predique, por ejemplo, por la radio. Pero ésta exige un lenguaje peculiar, un lenguaje radiofónico, y aún en este caso los “programas religiosos” son considerados por la mayoría como lo que son, como mera propaganda, lo que les resta la fuerza de credibilidad de una noticia, de algo que realmente ha ocurrido.

Una vez más la credibilidad está en la vida. La muerte martirial de los jesuitas en El Salvador fue transmitida mundialmente como un hecho. Este hecho valía por sí mismo. Lo mismo sucede cuando algunos personajes

cristianos convencen por su autenticidad al ser entrevistados ante las cámaras, por lo que paradójicamente los programas más religiosos son muchas veces los no específicamente religiosos.

En segundo lugar, *la Iglesia debe reconsiderar su lenguaje*. ¿Es en sí misma para el hombre de hoy una buena noticia el ir por la calle con un ropaje negro como distintivo del evangelizador? ¿Qué semiología hay en el lenguaje y hasta los movimientos de las manos del cura cuando pronuncia una homilía? ¿Saben los clérigos, no ya comunicarse a través de los medios, sino simplemente comunicarse en su predicación, su lenguaje habitual en la calle o en el bar? El hombre de hoy es especialmente sensible a los tics clericales, que rechaza visceralmente.

Los obispos ¿han encontrado el lenguaje adecuado para transmitir sus mensajes a través de cartas pastorales u otros documentos? A veces se quejan de que son manipulados por los medios de comunicación, pero no son conscientes de que dan pie a esa manipulación por sus términos abstractos, trasnochados, decimonónicos, ininteligibles para los comunicadores y receptores de la información, especialmente los jóvenes.

Algunos obispos, como por ejemplo Helder Cámara o el cardenal Tarancón, supieron en su día encontrar el lenguaje y la credibilidad de sus mensajes. Ello no supone “estar hablando para la radio o la televisión”. Requiere saber hablar para el hombre de hoy. Una reconversión cultural que no se llevará a cabo mientras la Iglesia esté de espaldas o en lucha con la cultura contemporánea, porque ésta “está viciada, ha perdido el norte y los valores cristianos”, en opinión de nuestros pastores. Requiere pasar de una actitud a la defensiva a la postura del diálogo que inauguró el Concilio y que parece olvidada para muchos.

Eso no quita responsabilidad a los comunicadores y a los medios que sirven. Con la posible manipulación hay que contar siempre, porque habrá disidentes como siempre los hubo en el pasado. Pero es demasiado fácil echar las culpas al mensajero cuando a veces ni siquiera hay mensaje, es irrelevante para la sensibilidad actual o absolutamente ininteligible. Y lo peor es cuando se entiende, porque a veces se convierte en noticia precisamente por sabor savonarólico a diatriba, que llega identificar al evangelizador u hombre de Iglesia como el “anti todo”.

Escribe Robert White: “Durante siglos una de las grandes tentaciones ha sido la identificación del reino de Dios con una nación triunfalista, con leyes y con un gobierno que supuestamente reflejan perfectamente el espíritu del evangelio. O si no se identifica con un estado, entonces se trata de identificar el evangelio con un movimiento político utópico o con un mito cultural. Inevitablemente, esto identifica el reino de Cristo con un reino de poder.

Podemos decir lo mismo con respecto a la inculturación del evangelio en una cultura. Pensar que es posible crear una cultura o un sistema de significación que refleje casi perfectamente el espíritu del evangelio es buscar el poder cultural. Igualmente, pensar que podemos crear un “mass media” que represente perfectamente el evangelio es una tentación. Un “poder estético” es, tal vez, peor que un poder político.

Lo más que se puede hacer es crear símbolos-signos que «señalan las huellas de la presencia de Dios», unos indicadores testimoniales del reino de Dios definitivo y escatológico. Como el Cardenal Martini ha indicado, la televisión es semejante al borde del manto de Cristo. O, tal vez mejor, los medios son como la cruz sin Cristo o la tumba vacía del Cristo resucitado. Nos dicen más con lo que no dice nada. Orientan la mirada más allá de lo que no se puede ver, sino solamente reverenciar”⁽⁸⁾.

COMUNICAR ES AMAR

Comunicar es sobre todo ser; comunicar es expresar; comunicar es difundir. Por eso, comunicar es amar. En la relación amorosa bastan los pequeños detalles, la mirada, la sonrisa, la caricia, para que todo esté dicho. El amor es la cumbre la comunicación.

Pero además toda comunicación sincera y honesta es un acto de amor, porque es un acto de solidaridad social, de transmisión de la verdad, o al menos de una verdad, de tu verdad.

Bien es cierto que la verdad absoluta no es patrimonio del hombre, ni siquiera de la Iglesia en su traducción histórica y humana. Sufre también muchas mediaciones. De que aquí la sencillez y un sano relativismo necesarios en la comunicación y transmisión de esta verdad. La adquisición de la verdad, incluso en la investigación científica, filosófica y teológica es *un fieri*, un proceso que no se concluye con toda una vida. Mucho más en el caso de la comunicación y de la comunicación instantánea que caracteriza a los medios de masas.

La frase de Ignacio de Loyola, que parece una perogrullada, de que “el amor se demuestra más con las obras que con las palabras” sirve también para la comunicación. “Obras son amores, no buenas razones”. Los agentes de la evangelización deben actuar sin pensar demasiado en las consecuencias de sus actuaciones para la opinión pública, sin que la mano izquierda sepa lo que hizo la derecha. A la larga, si sus hechos resplandecen, trascenderán de alguna manera, serán noticia y buena noticia. Son los que arrastran a los jóvenes.

(8) R. WHITE, “Los medios masivos y la evangelización”, en *E. evangelización y medios de comunicación*, Salamanca, 1997.

Pero a la hora de hablar hoy un cristiano no puede permitirse el lujo de ignorar los códigos culturales en los que se desenvuelve. No puede vivir en otro planeta. Debe de servirse de la semántica que le haga inteligible para sus contemporáneos. Y para ello es necesario que atraviese por la misma metamorfosis de su maestro: la encarnación o inculturación, que le permita primero ser hombre, luego ser hombre de su tiempo, y más tarde comunicarse con sus semejantes. Adquirir el lenguaje de los grandes medios de comunicación será entonces algo fácil y secundario, fluirá por sí mismo. No dejará de ser una simple técnica, un epígono de una renuncia, de una inmersión entre sus hermanos, una manifestación más del acto que nos hace personas, el acto de amor.

Y para terminar, nada mejor que ofreceros este soneto que quiero dedicar al nuevo beato Juan XXIII, quien encarnó un espíritu evangélico que va más allá del elemental pero esencial respeto a los derechos humanos:

A JUAN XXIII

Con tono llano y faz de campesino,
 como un abuelo que parte su ternura
 en la mesa camilla y se apresura
 a devolver humano todo lo divino,
 y cual pastor sentado en el camino,
 que observa desde lejos la premura
 de un pueblo que desea esa hermosura
 que es escanciar un vaso de buen vino,
 te sentaste en la plaza con la gente
 y sin más ceremonia, como hermano,
 abriste las ventanas de la mente,
 devolviste a los pobres la alegría,
 a este mundo la fe del buen cristiano
 y a tu Iglesia un sabor a profecía.

Pedro Miguel Lamet