

La Iglesia existe para comunicar

La comunicación forma parte del ser del hombre. Es un elemento fundamental de su capacidad de socialización. El hombre está creado para relacionarse con los otros, para comunicarse con lo demás, para crear lugares de encuentro que lo hagan crecer y lo humanicen. No es exagerado afirmar que un hombre que se no se comunica, si esto fuera posible, está condenado a vivir en el más puro egoísmo que lo encierra en un universo sin puertas ni ventanas, sin aire para respirar, y sin espacio para crecer.

Esta es la realidad que encontramos ya al comienzo de la Sagrada Escritura. En el libro del Génesis se muestra la convicción, la voluntad de Dios: “No es bueno que el hombre esté solo” (2,18). La comunicación humana es buena para el hombre, por eso hagamos a alguien con quien pueda comunicarse, a alguien que lo ayude. Es llamativa la idea bíblica. La comunicación con el otro es una ayuda, nos comunicamos para ayudarnos. En la base de la comunicación hay una salida de sí para venir al encuentro del otro. Comunicar es traer al otro a mi vida, y entrar yo en la suya con un propósito: ayudar. Una comunicación que no tuviera en su esencia e intención la voluntad de ayudar al otro sería una comunicación pervertida.

Así, aunque el hombre puede relacionarse con su entorno, no es suficiente. Le es necesaria la comunicación con alguien como él. Dios creó a la mujer, y el hombre la reconoció como alguien igual, como hueso de sus huesos y carne de su carne. La comunicación necesita sintonizar con el otro, llegar a su vida y ser acogido. Son necesarios el conocimiento y el reconocimiento, hablar el mismo lenguaje y ser alguien en la casa del otro.

Este mismo camino de la comunicación es el que hizo Dios en la Encarnación. El Hijo de Dios se hizo hombre para llevar el misterio de la comunicación entre lo divino y lo humano a su plenitud. Dios entra en nuestra historia y habla nuestro lenguaje, así el hombre lo puede entender, y no solo eso, sino que puede entrar en la propia vida divina. El concilio Vaticano II lo ha expresado así, en una de las páginas más bellas de la teología contemporánea: “En realidad, el misterio del hombre solo se esclarece en el misterio del Verbo encarnado (...), manifiesta plenamente el hombre al propio hombre y le descubre la sublimidad de su vocación. (...) El Hijo de Dios con su encarnación se ha unido, en cierto modo, con todo hombre. Trabajó con manos de hombre, pensó con inteligencia de hombre, obró con voluntad de hombre, amó con corazón de hombre” (GS 22).

En definitiva, el cristianismo es un misterio de comunicación, por eso la transmisión del Evangelio no es sino comunicación. Evangelizar, que es la misión para la que la Iglesia existe, es una forma privilegiada de comunicar el amor de Dios que rompe la dureza del corazón humano y lo abre al horizonte de la comunicación. Parafraseando al beato Papa Pablo VI, podemos decir que la Iglesia existe para comunicar.

Una mirada sosegada a la historia del cristianismo nos muestra que, junto a la gracia de la fidelidad al depósito de fe recibido, la Iglesia ha encontrado el modo más adecuado de transmitir el mensaje de tal manera que lo puedan entender y aceptar aquellos que lo reciben. Las muchas aventuras evangelizadoras que se han realizado en el tiempo han ido acompañadas por medios nuevos y novedosos para que el Evangelio llegue a los hombres. Esto que ha sido una gracia, es también un reto para la Iglesia de cada época.

En este momento estamos inmersos en un cambio de época. Todo, o casi todo, parece nuevo, además de cambiar a una velocidad de vértigo. El mundo de las comunicaciones no solo forma parte de este cambio, sino que es factor determinante en él. Puede parecer exagerado decir, pero es así, que hace pocos años escribíamos nuestros trabajos en una máquina

de escribir Olivetti porque no existían los ordenadores, o que alcanzamos a recordar la televisión en blanco y negro, o los teléfonos con telefonistas. Sí, no existían los teléfonos móviles, ni Internet, ni por supuesto las redes sociales. Los más jóvenes creen que les estamos hablando de la prehistoria cuando nos estamos refiriendo a cuarenta, o incluso a quince años.

Ante esta realidad es normal que muchos piensen que la Iglesia no está puesta al día en lo que se refiere al complejo mundo de las comunicaciones. Incluso es legítimo que algunos pastores de la Iglesia –obispos y sacerdotes– sientan algo de temor ante los nuevos medios de comunicación. Es justo decir que no es fácil asumir este reto, pero no es menos justo decir que hemos de asumirlo desde la exigencia de la evangelización.

Los Lineamenta del Sínodo de los Obispos dedicado a la nueva evangelización (2012), hablaban de los medios de comunicación como uno de los nuevos escenarios de la evangelización: “En tal contexto, la nueva evangelización exige a los cristianos la audacia de estar presentes en estos ‘nuevos areópagos’, buscando los instrumentos y los caminos para hacer comprensible, también en estos lugares ultramundanos, el patrimonio de educación y de sabiduría custodiado por la tradición cristiana” (n. 6). Los medios de comunicación son un desafío evangelizador, que ofrecen enormes posibilidades y representan uno de los grandes retos para la Iglesia de hoy.

En este contexto ha aparecido en el escenario social y eclesial la figura del Papa Francisco que ha revolucionado el mundo de las comunicaciones con su estilo propio, que si lo analizamos bien, no tiene más secreto que la simplicidad y la credibilidad. En el Papa se aprecian la coherencia, que tan bien expresa en sus gestos, con la autenticidad interior que transmite en lo que dice y lo que hace. Francisco llega a la gente porque la gente lo entiende, porque simpatiza con ellos, porque habla de lo que están viviendo y porque acaricia lo que están sufriendo. Nadie se resiste a la cercanía, a la comprensión, al amor. El Papa, como ocurre con la comunicación original, ayuda. En el Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de este año lo ha expresado con elocuentes

palabras: “Me gusta definir este poder de la comunicación como ‘proximidad’. El encuentro entre la comunicación y la misericordia es fecundo en la medida en que genera una proximidad que se hace cargo, consuela, cura, acompaña y celebra. En un mundo dividido, fragmentado, polarizado, comunicar con misericordia significa contribuir a la buena, libre y solidaria cercanía entre los hijos de Dios y los hermanos en humanidad”.

Comunicar, en definitiva, no es solo informar o formar, es también escuchar, ponerse con respeto al lado del otro, hacer el camino juntos, comprender, compartir, abrir horizontes, ser para los otros un rostro, una mano, una ayuda.

Por ello, recibimos con alegría la nueva contribución a la reflexión sobre Iglesia y comunicación en España que hace el Departamento de Periodismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo de Madrid, fruto de las Jornadas sobre “Prensa e Iglesia en la España contemporánea”. No es la primera vez que los profesores Juan Cantavella y José Francisco Serrano nos regalan el trabajo que han pensado y coordinado, y que recoge la reflexión de varios estudiosos en el campo de las comunicaciones sociales.

El tema elegido para estas Jornadas, y que hoy ve la luz como publicación, *Iglesia y comunicación en España. Apuntes para un tiempo de cambio*, bien podemos decir que es un sencillo y profundo manual sobre comunicación de y en la Iglesia. Un repaso por la comunicación eclesial en los distintos medios o formas de comunicación, sin olvidar la necesaria formación para estar en los medios religiosos. Y esto en el horizonte del cambio comunicativo que ha supuesto para la Iglesia el pontificado del Papa Francisco.

La presencia de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones sociales ha de ser siempre en clave de servicio. La Iglesia no tiene vocación de ser noticia, sino la misión de llevar a todos la Buena Noticia. El centro de la comunicación de la Iglesia ha de ser Jesucristo, y en él y por él, la transformación del hombre y de la sociedad.

He de confesar que me alegra especialmente que sea una obra de la Asociación Católica de Propagandistas, la Universidad CEU San Pablo, la que lidera la reflexión y publicación que ahora se presenta. Inmersos en una tradición que tiene su origen en el pensamiento y la obra del Siervo de Dios, Cardenal Herrera Oria, uno de los comunicadores de la Iglesia más importantes del siglo XX, asumen el reto de la comunicación de la Iglesia en una sociedad y en una Iglesia que cambia, y lo hacen desde la investigación y la reflexión cualificada, indispensable para ser verdaderamente un instrumento de diálogo social.

Espero que esta obra sea de provecho para muchos, al tiempo que felicito y animo a sus autores a seguir en la reflexión en este ámbito de la pastoral de tanta importancia y actualidad para la Iglesia.

+ Ginés García Beltrán
Obispo de Guadix y Presidente de la Comisión Episcopal
de Medios de Comunicación Social

Introducción

Estamos asistiendo a un cambio de época en la sociedad y en la Iglesia y en los dos ámbitos tiene como protagonista primero y principal al Papa Francisco, quien ejerce un liderazgo global. Un cambio que afecta a muchos aspectos de la realidad institucional y vital, y que interpela de forma decisiva a la comunicación y a la información, dado que introduce estas realidades en nuevas dinámicas, que acompañan la natural transformación de estas dimensiones de lo humano. Dinámicas en las que está más presente que nunca la capacidad de interlocución en el contexto de la evolución de los medios de masa a la masa de los medios.

Tanto en los procesos de presencia pública como en los que se desarrollan en el interior de la Iglesia, y que están orientados a la generación de comunión, el Papa Francisco ha abierto nuevos horizontes y nuevas posibilidades. El Pontífice ha inaugurado una nueva forma de presentarse ante la realidad de los medios; ha introducido la dinámica de un lenguaje testimonial, de cercanía y afecto, con formulaciones llamativas que se hallan enraizadas en la sabiduría popular; con nuevos espacios públicos –las misas diarias de Santa Marta, por ejemplo– y con la voluntad de urgir la participación de nuevos y sorprendentes interlocutores. Un proceso del que, como investigadores de las relaciones entre Comunión e Iglesia, no nos podíamos mantener al margen. Esta circunstancia nos interpelaba de forma decisiva en nuestro trabajo.

En el marco del que ya viene siendo un consolidado trabajo de reflexión sobre las relaciones entre Iglesia y comunicación, dentro del Departamento de Periodismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación, de la Universidad CEU San Pablo, hemos planteado, en perspectiva histórica, un primer acercamiento a esta nueva realidad comunicativa que se está produciendo en la Iglesia. Una primera aproximación a las vías de traducción de este nuevo lenguaje en la cercanía, en la proximidad, en la realidad de la Iglesia en España, que, sin lugar a dudas, está siendo enriquecida por la nueva dinámica introducida

por el Papa Francisco. Si es ya un lugar común que, en el ámbito de la comunicación en la Iglesia en España, se habla mucho, se hace mucha “política mediática”, pero se escribe y se investiga poco, los responsables de la investigación de este ámbito en nuestro centro académico, obra de la Asociación Católica de Propagandistas, nos pusimos manos a la obra para intentar un primer acercamiento a esta interpelante realidad que es la cultura comunicativa de la Iglesia del Papa Francisco en la sociedad. Los editores de este libro somos responsables de que, en nuestra trayectoria de publicaciones sobre las relaciones entre prensa e Iglesia, que ha tenido hasta ahora dos horizontes principales, el prescriptivo y el del análisis histórico de los medios principales de la Iglesia en la historia de la comunicación en España, hayamos hecho un parón. Pero la realidad de este cambio de época bien se lo merece.

Desde las primeras conversaciones sobre este proyecto, y sobre estos trabajos, hemos huido de las trincheras, de los personalismos, de las fáciles e injustos encasillamientos tan frecuentes por estos predios, de los amiguismos, de las capillas, para diseñar un libro plural en cuanto a las autorías se refiere. Tan plural como el deseo de un ejercicio de comunión en la continuidad histórica del sujeto Iglesia. No hay comunión sin comunicación; no hay comunión sin unión en el afán misionero, en el espíritu de “apóstoles misioneros” en la realidad autónoma de la comunicación.

De ahí que propusiéramos a un grupo destacado, heterogéneo, de personas que trabajan y baten el cobre en este sector de la comunicación, algunos de ellos con cargos de responsabilidad en diversos medios y organismos eclesiales, con diversas funciones, o que imparten docencia en estos ámbitos, que escribieran un ensayo o trabajo científico sobre las novedades en la comunicación de la Iglesia para este tiempo de cambio. Somos conscientes de que quienes han tenido la gentileza de colaborar en este libro polifónico son una muestra de un universo mucho más amplio. Hemos querido, en la selección de los participantes, además, conjugar a personas de diversas generaciones y épocas, que representen la mixtura de la historia, el pasado con el presente, conjugando siempre las modalidades del tiempo en perspectiva de continuidad. Porque la comunicación de la Iglesia y en la Iglesia es una dimensión de esa presencia verificativa, y de la viabilidad real, de la propuesta cristiana en

el tiempo histórico. La comunicación de la Iglesia está íntimamente relacionada con la credibilidad de la Iglesia en el mundo y con su forma de relacionarse con la modernidad y con la postmodernidad referentes. La forma en la que la Iglesia piensa y ejecuta sus estrategias y modos comunicativos representa, también, en gran medida, su forma de presencia histórica.

La estructura de la temática está articulada en función de las modulaciones y medios dominantes, que no olvidan ni los clásicos ni los emergentes. De ahí que se parta de un acercamiento inicial a lo que está suponiendo el Papa Francisco y el cambio en el modelo de comunicación, como contexto, a cargo de José Francisco Serrano, para luego abordar los siguientes aspectos: el tema religioso en los medios audiovisuales, por Nínfa Watt; las revistas especializadas en información religiosa, por José Beltrán, director de *Vida Nueva*; las páginas webs de contenido religioso, por María Solano, directora de *Hacer Familia*; la tradición de una prensa popular al alcance de los fieles, por Juan Cantavella; las hojas parroquiales y/o dominicales como enlaces entre el párroco o el obispo y los fieles, por la religiosa dominica Gemma Morató; la comunicación institucional de la Iglesia, a cargo de Isidro Catela; y, por último, la formación para estar en los medios religiosos, por el sacerdote José Gabriel Vera.

Hasta el presente hemos desarrollado una serie de publicaciones que abordan las cuestiones relativas a la prensa y la comunicación con respecto a la Iglesia. No estará de más recordar una serie de títulos que están marcando el terreno, entre la investigación y la reflexión, tradicionalmente muy poco abonado para el empuje y la consistencia que ha tenido y que merece. De esa manera han ido divulgándose obras como *Católicos en la prensa. Concepto y orígenes del periodismo confesional* (2004), Ángel Herrera Oria y el diario 'El Debate'. *Iglesia, política y prensa en España, de 1911 a 1936* (2006), *La formación del periodista católico* (2008), *Presencia e influencia de la Editorial Católica* (2010), *Los periódicos de la Editorial Católica* (2010), *La prensa anticlerical en la historia* (2011) y *El informador religioso: una perspectiva histórica* (2012). Todo un conjunto de aportaciones sólidas e innovadoras.

El libro que ahora llega a sus manos pretende ofrecer a nuestros lectores un contenido en la clave del servicio. Nuestro trabajo académico, y de

La Iglesia existe para comunicar

La comunicación forma parte del ser del hombre. Es un elemento fundamental de su capacidad de socialización. El hombre está creado para relacionarse con los otros, para comunicarse con lo demás, para crear lugares de encuentro que lo hagan crecer y lo humanicen. No es exagerado afirmar que un hombre que se no se comunica, si esto fuera posible, está condenado a vivir en el más puro egoísmo que lo encierra en un universo sin puertas ni ventanas, sin aire para respirar, y sin espacio para crecer.

Esta es la realidad que encontramos ya al comienzo de la Sagrada Escritura. En el libro del Génesis se muestra la convicción, la voluntad de Dios: “No es bueno que el hombre esté solo” (2,18). La comunicación humana es buena para el hombre, por eso hagamos a alguien con quien pueda comunicarse, a alguien que lo ayude. Es llamativa la idea bíblica. La comunicación con el otro es una ayuda, nos comunicamos para ayudarnos. En la base de la comunicación hay una salida de sí para venir al encuentro del otro. Comunicar es traer al otro a mi vida, y entrar yo en la suya con un propósito: ayudar. Una comunicación que no tuviera en su esencia e intención la voluntad de ayudar al otro sería una comunicación pervertida.

Así, aunque el hombre puede relacionarse con su entorno, no es suficiente. Le es necesaria la comunicación con alguien como él. Dios creó a la mujer, y el hombre la reconoció como alguien igual, como hueso de sus huesos y carne de su carne. La comunicación necesita sintonizar con el otro, llegar a su vida y ser acogido. Son necesarios el conocimiento y el reconocimiento, hablar el mismo lenguaje y ser alguien en la casa del otro.

Este mismo camino de la comunicación es el que hizo Dios en la Encarnación. El Hijo de Dios se hizo hombre para llevar el misterio de la comunicación entre lo divino y lo humano a su plenitud. Dios entra en nuestra historia y habla nuestro lenguaje, así el hombre lo puede entender, y no solo eso, sino que puede entrar en la propia vida divina. El concilio Vaticano II lo ha expresado así, en una de las páginas más bellas de la teología contemporánea: “En realidad, el misterio del hombre solo se esclarece en el misterio del Verbo encarnado (...), manifiesta plenamente el hombre al propio hombre y le descubre la sublimidad de su vocación. (...) El Hijo de Dios con su encarnación se ha unido, en cierto modo, con todo hombre. Trabajó con manos de hombre, pensó con inteligencia de hombre, obró con voluntad de hombre, amó con corazón de hombre” (GS 22).

En definitiva, el cristianismo es un misterio de comunicación, por eso la transmisión del Evangelio no es sino comunicación. Evangelizar, que es la misión para la que la Iglesia existe, es una forma privilegiada de comunicar el amor de Dios que rompe la dureza del corazón humano y lo abre al horizonte de la comunicación. Parafraseando al beato Papa Pablo VI, podemos decir que la Iglesia existe para comunicar.

Una mirada sosegada a la historia del cristianismo nos muestra que, junto a la gracia de la fidelidad al depósito de fe recibido, la Iglesia ha encontrado el modo más adecuado de transmitir el mensaje de tal manera que lo puedan entender y aceptar aquellos que lo reciben. Las muchas aventuras evangelizadoras que se han realizado en el tiempo han ido acompañadas por medios nuevos y novedosos para que el Evangelio llegue a los hombres. Esto que ha sido una gracia, es también un reto para la Iglesia de cada época.

En este momento estamos inmersos en un cambio de época. Todo, o casi todo, parece nuevo, además de cambiar a una velocidad de vértigo. El mundo de las comunicaciones no solo forma parte de este cambio, sino que es factor determinante en él. Puede parecer exagerado decir, pero es así, que hace pocos años escribíamos nuestros trabajos en una máquina

de escribir Olivetti porque no existían los ordenadores, o que alcanzamos a recordar la televisión en blanco y negro, o los teléfonos con telefonistas. Sí, no existían los teléfonos móviles, ni Internet, ni por supuesto las redes sociales. Los más jóvenes creen que les estamos hablando de la prehistoria cuando nos estamos refiriendo a cuarenta, o incluso a quince años.

Ante esta realidad es normal que muchos piensen que la Iglesia no está puesta al día en lo que se refiere al complejo mundo de las comunicaciones. Incluso es legítimo que algunos pastores de la Iglesia –obispos y sacerdotes– sientan algo de temor ante los nuevos medios de comunicación. Es justo decir que no es fácil asumir este reto, pero no es menos justo decir que hemos de asumirlo desde la exigencia de la evangelización.

Los Lineamenta del Sínodo de los Obispos dedicado a la nueva evangelización (2012), hablaban de los medios de comunicación como uno de los nuevos escenarios de la evangelización: “En tal contexto, la nueva evangelización exige a los cristianos la audacia de estar presentes en estos ‘nuevos areópagos’, buscando los instrumentos y los caminos para hacer comprensible, también en estos lugares ultramundanos, el patrimonio de educación y de sabiduría custodiado por la tradición cristiana” (n. 6). Los medios de comunicación son un desafío evangelizador, que ofrecen enormes posibilidades y representan uno de los grandes retos para la Iglesia de hoy.

En este contexto ha aparecido en el escenario social y eclesial la figura del Papa Francisco que ha revolucionado el mundo de las comunicaciones con su estilo propio, que si lo analizamos bien, no tiene más secreto que la simplicidad y la credibilidad. En el Papa se aprecian la coherencia, que tan bien expresa en sus gestos, con la autenticidad interior que transmite en lo que dice y lo que hace. Francisco llega a la gente porque la gente lo entiende, porque simpatiza con ellos, porque habla de lo que están viviendo y porque acaricia lo que están sufriendo. Nadie se resiste a la cercanía, a la comprensión, al amor. El Papa, como ocurre con la comunicación original, ayuda. En el Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de este año lo ha expresado con elocuentes

palabras: “Me gusta definir este poder de la comunicación como ‘proximidad’. El encuentro entre la comunicación y la misericordia es fecundo en la medida en que genera una proximidad que se hace cargo, consuela, cura, acompaña y celebra. En un mundo dividido, fragmentado, polarizado, comunicar con misericordia significa contribuir a la buena, libre y solidaria cercanía entre los hijos de Dios y los hermanos en humanidad”.

Comunicar, en definitiva, no es solo informar o formar, es también escuchar, ponerse con respeto al lado del otro, hacer el camino juntos, comprender, compartir, abrir horizontes, ser para los otros un rostro, una mano, una ayuda.

Por ello, recibimos con alegría la nueva contribución a la reflexión sobre Iglesia y comunicación en España que hace el Departamento de Periodismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo de Madrid, fruto de las Jornadas sobre “Prensa e Iglesia en la España contemporánea”. No es la primera vez que los profesores Juan Cantavella y José Francisco Serrano nos regalan el trabajo que han pensado y coordinado, y que recoge la reflexión de varios estudiosos en el campo de las comunicaciones sociales.

El tema elegido para estas Jornadas, y que hoy ve la luz como publicación, *Iglesia y comunicación en España. Apuntes para un tiempo de cambio*, bien podemos decir que es un sencillo y profundo manual sobre comunicación de y en la Iglesia. Un repaso por la comunicación eclesial en los distintos medios o formas de comunicación, sin olvidar la necesaria formación para estar en los medios religiosos. Y esto en el horizonte del cambio comunicativo que ha supuesto para la Iglesia el pontificado del Papa Francisco.

La presencia de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones sociales ha de ser siempre en clave de servicio. La Iglesia no tiene vocación de ser noticia, sino la misión de llevar a todos la Buena Noticia. El centro de la comunicación de la Iglesia ha de ser Jesucristo, y en él y por él, la transformación del hombre y de la sociedad.

He de confesar que me alegra especialmente que sea una obra de la Asociación Católica de Propagandistas, la Universidad CEU San Pablo, la que lidera la reflexión y publicación que ahora se presenta. Inmersos en una tradición que tiene su origen en el pensamiento y la obra del Siervo de Dios, Cardenal Herrera Oria, uno de los comunicadores de la Iglesia más importantes del siglo XX, asumen el reto de la comunicación de la Iglesia en una sociedad y en una Iglesia que cambia, y lo hacen desde la investigación y la reflexión cualificada, indispensable para ser verdaderamente un instrumento de diálogo social.

Espero que esta obra sea de provecho para muchos, al tiempo que felicito y animo a sus autores a seguir en la reflexión en este ámbito de la pastoral de tanta importancia y actualidad para la Iglesia.

+ Ginés García Beltrán
Obispo de Guadix y Presidente de la Comisión Episcopal
de Medios de Comunicación Social