

La Iglesia aprende a comunicar

El Vaticano pide responder a las críticas “con ponderación y sin desmesuras” ● El Papa dio ejemplo en EE UU asumiendo el problema de los curas pederastas

MIGUEL MORA
Roma

¿Cómo vender el *producto* cristiano, es decir fe y doctrina, verdad y razón, en un mundo poscristiano, pagano y tecnologizado? ¿Cómo comunicar la moral de la Iglesia a una sociedad relativista, saturada de información y harta de regañinas y maximalismos? A estas respuestas intenta responder la Iglesia católica, especialmente desde que el papa Ratzinger llegó al poder. La última moda en Roma parece sugerir el camino opuesto al que han elegido los obispos españoles, al apostar por la continuidad en la cadena que el cardenal Carlos Amigo ha rebautizado como “el dolor de cabeza permanente” (la Cope).

Un seminario organizado por la Universidad del Opus Dei en Roma, la Santa Cruz, ha analizado cómo fluyen en el siglo XXI las corrientes y problemas de la comunicación católica. La primera premisa es que la Iglesia tiene que llegar más y mejor, influir y estar presente. Pero diciendo la verdad y sin aburrir.

Según Austen Ivereigh, del Arzobispado de Westminster, el primer dilema es hablar o callar. “Todos podemos pensar en líderes eclesiásticos que, como dijera el poeta Shelley de su padre, han perdido el arte de la comunicación pero no, tristemente, el don de dar discursos. Hay otros que no aciertan a seguir el consejo de Abraham Lincoln, mejor quedarse callado y que piensen que uno es tonto, a abrir la boca y despejar las dudas”, ironizó.

Según Ivereigh, la cosa no tiene duda: “La Iglesia existe no sólo para la salvación de sus miembros, sino para el bien común de la sociedad. Eso significa partici-



Marc Carroggio, director de comunicación del Opus Dei en Roma.

par en la conversación nacional”.

Conversar equivale a discutir. Marc Carroggio, profesor de relaciones con los medios y director de comunicación del Opus Dei en Roma, cree que la Iglesia debe abrazar el debate y “la cultura de la controversia mediática”, porque ése es el ambiente donde se desarrolla, hoy, la actividad públi-

ca. “La filosofía es que la controversia es una oportunidad, no un peligro”. Una buena comunicación, añade, debe sonar “clara en las palabras y los argumentos”, y “ser amable y correcta en el estilo”. Todo, con una estrategia: obtener el consenso del auditorio neutro. ¿El secreto? “Reaccionar de manera adecuada, con ponde-

ración, sin desmesuras”. Hay una clave más en esta nueva estrategia católica. Ha sido puesta en práctica para dar ejemplo, nada menos que por el jefe supremo, el Papa. Se trata de la sinceridad. Lo dice el jesuita Federico Lombardi, director de la Oficina de Información de la Santa Sede. El Papa, aclara, no evita los problemas, “sino que tiene la valentía de decir la verdad”, como hizo al hablar de los abusos sexuales en su viaje a Estados Unidos.

“El Papa comprendió que para curar las heridas del pasado hacía falta ese tipo de sinceridad”. El Papa es él mismo, no trata de esconderse en una imagen, añade su portavoz.

Pero un buen comunicador, según recordó el vaticanista estadounidense John Allen, debe saber que “la rutina no es noticia, y

Roma sugiere el camino opuesto al elegido por los obispos españoles

“El conflicto es siempre la gasolina que mueve el ‘motor’ de las historias”

que el conflicto es siempre la gasolina que mueve el motor de las historias”. El reto que lanzó Allen a los modernos comunicadores católicos es triple: “Explotar nuestras divisiones y nuestras celebridades; convertir las parroquias locales en centros de búsqueda global, y colocar la comunicación en el centro de la vida pastoral”.

El libro de estilo de los obispos españoles

JUAN G. BEDOYA
Madrid

“Si no podemos ser éticos, seamos al menos estéticos”, ironiza el cardenal de Sevilla, Carlos Amigo, comentando los problemas de los obispos españoles con los medios de comunicación. Lo dijo el martes pasado en Roma, en la Embajada de España ante el Estado de la Santa Sede, con motivo de las celebraciones del 50º aniversario de la revista católica *Vida Nueva*. Parecía referirse a la Cope, de propiedad episcopal, pero después extendió el reproche a todos los medios de comunicación social.

“Un dolor de cabeza permanente”. Eso sienten los prelados, según Amigo, cuando debaten sobre la Cope —el último incidente, la acalorada disputa sobre si debían renovar contrato, o no, a Federico Jiménez Losantos—, y también ante el resto de los medios de comunicación. El portavoz de

la Conferencia Episcopal Española (CEE), Martínez Camino, considera a los periodistas, en general, “mensajeros del mal”. Y el cardenal Rouco, líder del Episcopado desde marzo pasado, siente a su Iglesia maltratada por la prensa, hasta el punto de que, sostiene, “si hubiéramos actuado como hacen otras instituciones que se defienden, tendríamos que estar en los juzgados todos los días”.

Fue el danés Sören Kierkegaard quien utilizó primero la frase de Amigo sobre la ética y la estética. Migajas filosóficas. El cardenal pudo acudir a una cita más cercana, del pensador católico José María Valverde. “*Nulla estetica sine ética, ergo apaga y vámonos*”, dijo cuando dimitió de su cátedra en Barcelona y marchó al exilio en protesta por las expulsiones de la Universidad, en 1964, de los profesores Tierno Galván, Aranguren y García-Calvo por las autoridades académicas de la dictadura franquista.

Donde no había ética, no podía enseñarse estética. Un periodista católico ironizó en Roma sobre el juego de palabras del cardenal Amigo a propósito de la famosa frase de Kierkegaard. Dijo: “No juguemos con la ingenuidad del esteta. Si se actúa mal, ya no somos pícaros, sino pecadores”.

Los obispos proclaman que “el libro de estilo de un periodista católico es el Evangelio”. Lo subrayó Carlos Amigo en Roma, ante varios altos prelados del Vaticano. El cardenal destacó de forma especial lo de “periodista católico”, quizás para disculpar mejor que la CEE hubiese decidido, una semana antes, que “lo oportuno, en las actuales circunstancias”, era que Jiménez Losantos “continuara adelante”.

¿Periodistas católicos? Jiménez Losantos no es católico, según propia confesión. No lo es tampoco César Vidal, el otro gran comunicador de la cadena episcopal, confeso de una Iglesia protes-

tante. Ni siquiera tienen título oficial de periodismo. Vidal es licenciado en Derecho y doctor en Historia; Jiménez Losantos, licenciado en Filología.

En Roma se discutió el pasado martes sobre cómo se comunican los obispos españoles. “El Vaticano está informado [sobre la Cope] y desea una emisora que no genere dificultades”, opinó ayer el cardenal de Barcelona, Lluís Martínez Sistach, en declaraciones a *La Vanguardia*. “La deriva de la Cope dificulta y perjudica la labor de la Iglesia”, proclama el prelado catalán, miembro del Comité Ejecutivo de la CEE.

También Joaquín Luis Ortega, ex director de la Biblioteca de Autores Católicos (BAC) y ex portavoz de la CEE, reclama a los obispos que exijan a la Cope “fidelidad integral a su identidad eclesial”. “*Nec temere, nec timide*” [ni con temeridad, ni con timidez], es el consejo que Ortega ofrece a los comunicadores católicos.