

¿Bendita la Red? Nuevos problemas de comunicación vistos desde Roma, por Federico Lombardi

Cuando la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca decidió generosamente asignarme el título de doctor honoris causa en comunicación social, era el mes de diciembre de 2008.

Como todos saben, desde entonces se han registrado una serie de hechos que han visto a la Iglesia católica, y, en particular al Papa y al Vaticano, en el centro de una serie de debates de notable resonancia en los medios de diversos países. Por ejemplo, la decisión de levantar la excomunión a los obispos tradicionalistas y el caso del obispo Williamson, negacionista del holocausto; el debate sobre los preservativos en la lucha contra el SIDA en los países africanos... Como todos recuerdan, yo me he encontrado implicado de forma muy directa en ello, en particular en los aspectos que se refieren a la comunicación en la Iglesia y de la Iglesia, de la que son indudablemente una dimensión importante, aunque no la única.

En todo caso, estoy aquí entre vosotros precisamente como testigo de este tipo de problemas y vivencias, y por ello he pensado que es mi deber tenerlas en cuenta en las considera-

ciones que ahora os propongo con sencillez, no en calidad de teórico y estudioso -porque no lo soy-, sino como agente de las comunicaciones al servicio de la Iglesia y como creyente.

En camino en un mundo que cambia

El cambio del panorama de la comunicación social en los últimos decenios y en los últimos años es muy evidente. Vosotros en la universidad lo estudiáis y lo analizáis continuamente y podríais hablar sobre él mucho mejor que yo.

Yo lo vivo en primera persona, pasando a lo largo de mi vida a través del empleo de los diversos medios y sus transformaciones. Como ya se ha recordado, comencé a escribir en una revista cultural -*La Civiltà Cattolica*- que con sus largos artículos de profundización es hoy casi igual (como periodicidad y fórmula editorial) a como era hace 160 años, cuando fue fundada. Pero luego se me envió a la radio y después a un centro de producción televisivo y estos medios me han llevado, más duramente, a confrontarme con el rápido desarrollo de la tecnología de las comunicaciones y de la

forma de trabajar en las redacciones periodísticas, para comunicar los contenidos del mensaje de la Iglesia en relación con los eventos de actualidad. Personalmente he vivido -sobre todo en la radio- la llegada de la difusión satelital, con la posibilidad de una redifusión más amplia de ámbito mundial de los programas de Radio Vaticano, en las diversas lenguas; he vivido la digitalización de los sistemas de producción, con la profunda modificación de los métodos de trabajo y de las figuras profesionales de redactores y técnicos; luego, la llegada de internet, con nuevas posibilidades para obtener e intercambiar informaciones, rapidez de comunicación por e-mail y distribución capilar de contenidos en la Red.

Y, finalmente, la experiencia de estos últimos años en la Oficina de Prensa vaticana me está obligando a buscar los caminos para establecer un careo y un diálogo más orgánico y constructivo entre la comunicación de la Santa Sede y el mundo de hoy de las comunicaciones sociales, que está volviéndose muy distinto a como era y en el que mi generación ha vivido hasta ahora.

Hace pocas semanas, en este mes de abril, se publicó un documento, a cargo de Microsoft, titulado: *Europe logs on. European Internet Trends of Today and Tomorrow*, y la noticia principal que nos da es ésta: según las proyecciones actuales, en junio de 2010, en Europa, el consumo de internet superará al de

la televisión tradicional, alcanzando una media de 14,2 horas semanales por persona, frente a 11,5 de la televisión tradicional.

Ya en 2008 internet había superado los otros medios, excepto la televisión, como fuente primaria de información de actualidad nacional e internacional. La marcha continúa y parece imparable.

Entendámonos, yo me considero interesado y responsable de comunicación en la Iglesia en todas las direcciones, hacia muchos países y situaciones diversas. Soy consciente de que en muchas y extensas partes del mundo las modalidades de las comunicaciones sociales son bastante diferentes a las de los países más desarrollados. Y de que, aun entre los países desarrollados hay sensibles diferencias que se deben tener en cuenta. El documento al que me acabo de referir observa que en la misma Europa hay un 'digital divide'- es decir, una brecha digital- entre Norte y Sur, en lo que se refiere al acceso y al uso de internet.

Desde el punto de vista de la Iglesia, de ninguna forma se debe dejar al margen a quien tenga menores posibilidades. Para nosotros, los pobres y los Países en desarrollo son importantes al igual que los ricos, en realidad quizá aún más. Por lo que no debemos dejar caer en el olvido las tecnologías tradicionales y las formas de comunicación, que aún son necesarias para servir a esta amplia parte de la humanidad.

Sin embargo, no podemos dejar de seguir atentamente el rumbo que está tomando el desarrollo y no podemos perder el contacto con las situaciones más avanzadas del mundo de la comunicación.

La experiencia reciente de las discusiones sobre el Papa y sobre la Iglesia y la forma en que se han desarrollado ciertamente ha intensificado y acelerado la reflexión y el debate sobre la comunicación de la Iglesia y en la Iglesia. Se han multiplicado los artículos y la toma de posición sobre el tema. A menudo, se han confundido problemas diversos, pero también se han tocado cuestiones reales. Es nuestro deber esforzarnos por sacar alguna conclusión útil, con el fin de que todo ello no quede en una vana multiplicación de palabras.

Olas de choque

Una primera consideración muy evidente se refiere a la rapidez y amplitud de las olas de choque con que se difunden las noticias que atraen la atención y suscitan sensacionalismo.

Esta rapidez y amplitud ha crecido como consecuencia de la nueva realidad de la comunicación en la Red.

La comunicación se desarrolla durante las 24 horas del día, continuamente, ya no está acompañada por citas distanciadas entre sí, como la salida de los diarios de la mañana o de los noticieros televisivos, en algunos momentos principales del día.

La tempestividad de la información, acelerada por la competencia entre agencias, cabeceras y sitios crea un flujo rapidísimo y prácticamente imparable, en el que es difícil insertar eficazmente respuestas o rectificaciones. La multiplicidad de las voces y de los puntos de información en la Red hacen que también las verificaciones sean muy difíciles.

Además, la gran multiplicidad de voces hace que sea cada vez más difícil atraer la atención, con la consiguiente tendencia a la noticia sensacionalista, al título 'sensacionalista', que cause un fuerte impacto con palabras que causan impresión. El *scoop* -es decir la noticia bomba- es algo que buscan continuamente muchos periodistas y muchas cabeceras, como una necesidad vital para afirmar su existencia en el mar de las palabras y de las imágenes.

Pienso que todos somos conscientes de esta situación y vemos sus riesgos continuos, pero no logramos entender cómo podemos encontrarle remedio.

Hace algunos días, con ocasión de los 100 años del nacimiento de uno de los más grandes periodistas italianos -Indro Montanelli- se publicó su última lección de periodismo en la Universidad de Turín, en 1997, casi un testamento. Él sabía muy bien que el periodismo que él conocía y ejercía no podía seguir siendo el de hoy y de mañana. Y sus palabras presentan rasgos nostálgicos y pesimistas, pero contienen también mensajes que vale la pena recoger y

meditar. Por ejemplo, él polemizaba con la televisión y el efecto negativo que ha tenido sobre el periodismo y decía, entre otras cosas: "La televisión enseña y abre el camino hacia el protagonismo, que, llevado al periodismo, tiene efectos catastróficos. La televisión azuza aquel pésimo incentivo típico de los malos periodistas que es la búsqueda a toda costa del *scoop* -de la noticia bomba- ¡Si alguien de vosotros quiere dedicarse a esta profesión, huya de la tentación del *scoop*! Acordaos que es un atajo para los asnos o burros. Permite llegar antes, pero mal".

Siento que estoy profundamente de acuerdo con Montanelli en la polémica contra la búsqueda del *scoop*. Pero, en verdad, pensando en la comunicación, se me ocurre pensar no sólo en los asnos o burros, sino también en otros animales: sobre todo en las ovejas. A menudo, cuando una agencia o un periodista, que de alguna forma tiene fama de estar informado, lanza una noticia que puede ser llamativa o un título sensacionalista, muchos o casi todos le siguen, sin tener la valentía o la fuerza para elegir otra perspectiva, o verificar si, en realidad, es una información atendible o no. El miedo de llegar tarde o de parecer que no se está informado prevalece sobre la seriedad de la información. Y en ello, a veces, la responsabilidad es de los jefes de redacción o de los directores, que imponen seguir la corriente aun a los periodistas que quisieran asumir una posición diferente. También ésta es una de las componentes de las olas de choque.

Podemos citar un ejemplo reciente. Hace algunas semanas, había empezado a circular una noticia según la cual el Vaticano había rechazado tres candidaturas distintas propuestas por la Administración Obama, para el cargo de nuevo embajador ante la Santa Sede, porque los candidatos no eran pro-vida. Respondiendo a una pregunta de una agencia estadounidense hice un desmentido. Pero el bulo ha seguido circulando durante varios días, llegando a veces incluso a citar mi desmentido, como un elemento más para enriquecer y alargar el mismo bulo. No importaba tanto si era verdadera o falsa, el hecho es que tenía todas las características para ser interesante.

Pero volvamos a Montanelli. Él proseguía su lección con una consideración positiva, puesto que confiaba en que, con el tiempo, el juicio del público sabe reconocer la seriedad de la información y, sobre todo, la seriedad del buen informador: "El público -dice- es un animal raro, parece que entiende poco, pero se acuerda, y si os jugáis su confianza estáis perdidos. Esta confianza hay que conquistársela seria y fatigosamente, día tras día. Ello no nos libra del error; pero impone la obligación de denunciarnos a nosotros mismos, cuando nos damos cuenta del error, y de pedir perdón al lector. Si queréis ejercer esta profesión, recordadlo bien. Es una profesión que requiere mucha humildad, mucha, y el protagonismo está en contraste con esta ley fundamental".

Yo confío en el hombre, pienso que todos nosotros debemos tener confianza en la inteligencia y en la capacidad de comprensión y de evaluación de los demás, pero ciertamente estos mensajes -no ceder a la tentación del *scoop*/noticia bomba, rechazar el protagonismo, trabajar con mucha humildad y seriamente cada día- parecen más bien contracorriente. ¿Cómo ponerlos en práctica en el flujo turbulento y agitado de la información en la red durante las 24 horas del día, tanto como agentes individuales de la información, como instituciones que producen y difunden información? Y, al final, el público ¿logra verdaderamente encontrar los puntos de referencia que merecen su confianza?

Tomemos los casos recientes que nos han interesado en la Iglesia, por ejemplo la discusión después del discurso del Papa en Ratisbona, o la discusión sobre los tradicionalistas y Williamson, o la que se refiere a los preservativos.

Las oleadas de críticas sensacionalistas han sido muy rápidas y vastas.

Las respuestas no faltaron, aun en un tiempo relativamente breve. No sólo de mi parte, a través de la Oficina de Prensa vaticana, también de parte de voces bien dispuestas hacia la Iglesia. Sin embargo, se trató evidentemente de voces mucho menos numerosas que las críticas, menos sonoras desde el punto de vista mediático, y, en cierto sentido, atrasadas con respecto al efecto sorpresa de la oleada de críticas.

Pero una verdadera reflexión positiva llegó en un segundo momento, con una forma de difusión más lenta y gradual. A menudo se trató de respuestas serias, argumentadas, que no sólo permitieron recuperar al menos en parte el efecto de desconcierto inicial, sino también aportar al debate nuevas contribuciones de profundización y de concienciación.

Personalmente creo que el tema de la relación entre cristianismo e islam haya sido afrontado con mayor seriedad, amplitud y concienciación después de Ratisbona, que antes.

Pienso también que el clamor suscitado por las declaraciones de Williamson, sobre la negación del holocausto, haya permitido hacer conocer de forma más amplia y definitiva las verdaderas posiciones del Papa y de la Iglesia sobre este argumento y fortalecer la relación de diálogo con gran parte del mundo judío.

Asimismo me parece que la reanudación de una relación de diálogo y discusión con los tradicionalistas lefebvrianos pueda llevar -esperamos- a una lectura más profundizada y equilibrada del Vaticano II, en el sentido de la hermenéutica de la renovación en la continuidad. También creo que el debate sobre los preservativos está llevando a un conocimiento y concienciación mayor acerca de las verdaderas líneas eficaces para una estrategia de prevención y de lucha contra el SIDA.

Aquí llegamos a un punto importante de mis consideraciones. No tengo la intención de decir que todo lo que se ha hecho o lo que se haga hoy en la comunicación vaticana esté perfecto, pues creo que en un mundo como el nuestro sería ilusorio pensar que la comunicación pueda estar siempre bien controlada y desarrollarse siempre como un proceso regular y equilibrado.

Por otra parte, ¿qué institución o gran personalidad de hoy, que esté continuamente en el centro de la atención de los medios, no es frecuentemente objeto de críticas? Sería muy fácil multiplicar los ejemplos hablando de presidentes o de primeros ministros y de otras personalidades de este nivel.

¿Por qué deberíamos pensar que el Papa o la Iglesia, en un mundo secularizado como el nuestro, deben ser una excepción?

Pienso que sea inevitable -cuando se afrontan temas sensibles- proceder en cierto sentido de modo dialéctico: posición-crítica-respuesta más profundizada. No hay que pensar que se debe evitar el debate, sino que hay que intentar conducirlo siempre -sin desalentarse- para lograr algún resultado positivo, para una comprensión mejor de la posición de la Iglesia.

Podemos añadir además que también el modo en que se desarrolla el debate es nuevo, ya no se trata de unas pocas voces muy autorizadas, bien colocadas e identificadas -como, por ejemplo,

los grandes comentaristas de las grandes cabeceras-, sino que ahora está mucho más difundido, aun más allá de los tradicionales límites de áreas lingüísticas o culturales: digamos también internacional o incluso global.

Me encamino a la conclusión de esta primera parte de mis consideraciones, reconociendo que me parece aún difícil dar una valoración de largo plazo sobre el significado de los resultados de estos debates: hoy no sabría decir decididamente si el impacto de las olas de críticas, tenga al fin sobre todo efectos negativos e irrecuperables, o si la sucesiva respuesta positiva más profundizada logre dar resultados de largo plazo de gran valor o sólo limitados. Probablemente hay casos diversos.

Pero ello significa que debemos mirar más allá y, además, ampliar nuestra mirada. Nosotros hoy nos planteamos este problema desde el punto de vista específico de la Iglesia, o de la imagen del Papa, o de los valores cristianos que queremos anunciar. Pero el problema no es sólo nuestro. Sería ridículo pensarlo. Es un problema mucho más general, que implica a la familia, a las instituciones, a la sociedad y a otros más. Conciérneme a la capacidad de todos de conservar o de tener referencias sólidas en el flujo de las comunicaciones sociales de este mundo.

Buscando el camino bueno para la Iglesia, nosotros buscamos caminos que puedan ser interesantes y útiles para todos.

Vivir en este mundo

En cualquier caso, este es el mundo en el que vivimos y debemos vivir y la Iglesia nos enseña a verlo con realismo, pero al mismo tiempo, con confianza y sobre todo con amor:

Todo el magisterio de la Iglesia sobre las comunicaciones sociales llama la atención por el tono positivo que lo caracteriza. Basta con leer los títulos de los documentos principales, donde se transparenta la admiración por las modernas posibilidades que ofrecen los avances de las tecnologías de las comunicaciones sociales -*Miranda prorsus, Inter mirifica, Communio et progressio...* también el mensaje con el que Pío XI inauguró en 1931 Radio Vaticano está muy enriquecido con expresiones de confianza al servicio del bien que se podía desarrollar, gracias al uso de las ondas radiofónicas.

Inspirados en este magisterio hemos intentado utilizar mejor los instrumentos que teníamos -aquellos que hoy ya definimos como 'tradicionales'- y de desarrollarlos precisamente para este servicio. Pero ahora, nos encontramos inmersos en una nueva etapa de este camino.

Ciertamente, debemos ser conscientes de la ambigüedad y de los riesgos, de las inmensas potencialidades de manipulación y de corrupción moral que se anidan en las comunicaciones sociales modernas. Donde las potencialidades crecen, crecen asimismo las

potencialidades de la mala utilización de los medios. Internet -la Red- como sabemos muy bien, si no somos ingenuos, presenta riesgos gravísimos y genera desafíos cruciales en el campo educativo, que ni las familias, ni la escuela, ni la sociedad en su conjunto pueden descuidar. Pero también hay potencialidades positivas y la visión de la Iglesia nos anima a verlas bien para poderlas valorizar, para incluir en el gran mundo de las comunicaciones elementos de bien: el grano crece en el campo, aunque también crezca la cizaña.

En este sentido, el mensaje del Papa para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de este año es un documento ejemplar y una gran fuente de reflexión y de ánimo.

“Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad”, es el tema de la 43 Jornada Mundial.

Está inspirado por una intuición estratégica fundamental: dirigirse a la 'generación digital'. Sabe que solamente alcanzando en relación vital los valores cristianos con el nacer de la nueva cultura y, por lo tanto, con el crecimiento de las jóvenes generaciones, la Iglesia permanecerá eficazmente presente en el mundo en formación.

Por eso, apunta sobre la cualidad de las "relaciones": "nuevas tecnologías, nuevas relaciones". En efecto, todo el mundo de las comunicaciones socia-

les concierne a las relaciones entre las personas, los grupos, los pueblos. ¿Qué relaciones queremos alimentar y desarrollar? ¿Con qué contenidos y finalidad? ¿Con qué espíritu?

El impresionante desarrollo de las redes sociales, del intercambio de contenidos e informaciones, del deseo de comentar e intervenir sobre cada argumento, nos enseña que la realidad de la Red ha generado una posibilidad y un flujo de comunicaciones transversales y personales en todas las direcciones que anteriormente eran inmensamente más limitadas.

Uno de los mayores desafíos con los que nos confrontamos es por tanto el de la interactividad y, yo diría, de la 'interactividad positiva'. ¿Cómo afrontarlo en el ámbito de Iglesia, cada uno desde el campo donde se encuentra trabajando? En mi caso, ¿en la comunicación de la Santa Sede?

Pienso en nuestra experiencia en Radio Vaticano. En los últimos años hemos descubierto y vivido internet como un nuevo canal eficaz de difusión de nuestros contenidos hacia innumerables destinatarios, pero ahora nos encontramos ante una nueva realidad, porque no se trata solamente de difundir los contenidos, sino de interactuar cada vez más.

En el ámbito de Iglesias locales, de ambientes lingüísticos y culturales de una cierta homogeneidad, nos empezamos a mover, con discretos resultados,

en el campo de la presencia en la red, por medio de una variedad articulada de sitios web, en los que la interactividad encuentra su manera de ejercitarse.

En las reuniones recientes de la Conferencia Episcopal Francesa en Lourdes, se ha hablado con satisfacción del debate que ha tenido lugar sobre cuestiones difíciles de bioética en un sitio específico a él dedicado (www.bioethique.catholique.fr), con importantes contribuciones de especialistas y más de 40.000 visitas en dos meses.

La Conferencia Episcopal Italiana organiza desde hace tiempo encuentros para los webmaster de los sitios católicos italianos, que al comienzo de 2009 eran ya 13.000. Existe una gran vitalidad y creatividad en el ámbito de parroquias, diócesis, movimientos y asociaciones.

Con ocasión de la Jornada Mundial de la Juventud de Sydney y después, para conservar entre los jóvenes los contactos y el espíritu del movimiento iniciado en Australia se ha abierto un sitio, bautizado con el nombre Xt3 (es decir 'Cristo en el 3 milenio'), en lengua inglesa. La iniciativa es ciertamente loable y está bien dirigida, pero es necesario todavía evaluar los costes y los resultados.

La nueva Jornada Mundial de la Juventud de Madrid será sin duda una ocasión para ulteriores experiencias y pa-

sos concretos en la dirección indicada en el Mensaje de las Comunicaciones sociales de este año.

De todas formas, es preciso darse cuenta de que éste es un campo muy comprometido, porque no basta con recibir comentarios, es menester organizarse para responder con claridad y competencia a las preguntas que van naciendo y ello comporta personas, fuerzas y tiempo, y por lo tanto recursos adecuados.

En colaboración con el Centro Televisivo Vaticano y Radio Vaticano, a finales de enero de este año se ha abierto un Canal vaticano en *YouTube* en cuatro lenguas de manera regular, con *videonews* cotidianos. Con ocasión de la Pascua se ha puesto en línea íntegramente el Mensaje pascual del Papa con los subtítulos completos en 27 lenguas diversas. Es un récord para *YouTube*, que nunca había tenido en línea un vídeo con los subtítulos en tantas lenguas. De esta manera, también en Roma estamos en el camino de la presencia activa en la red, pero por ahora es una presencia fundamentalmente unidireccional, porque no vemos aún cómo entablar un diálogo interactivo con los visitantes.

Para mí, el problema es muy profundo y serio. En cierto sentido es un problema 'eclesiológico'. Quiero decir esto: con Radio Vaticano y el Centro Televisivo Vaticano hemos desarrollado con el tiempo una buena estrategia de integración entre el servicio ofrecido

desde Roma y las radios y las televisiones católicas del mundo, constituyendo una red en la que ofrecemos la información y los programas que conciernen al nivel universal en la Iglesia, mientras que las radios o televisiones católicas nacionales o diocesanas ofrecen el nivel nacional, regional o local.

Nos hemos movido en el campo de la comunicación en analogía a la relación entre los diversos niveles de servicio eclesial del Papa, de las Conferencias Episcopales, de las Diócesis, intentando la integración y el diálogo, pero también el respeto de competencias y responsabilidades.

Ahora, la red parece demoler o al menos confundir esta lógica de la distinción y complementariedad de los niveles, porque el navegador se mueve siempre con mayor libertad en la red global y pretende manifestar sus comentarios y entrar en diálogo con todos los sitios e instituciones o personas que le representen.

La canciller Merkel o el presidente Obama están buscando el modo, por medio de un servicio específico, para responder de manera personalizada a los ciudadanos que les interpelan a través de la Red. Diversas diócesis y obispos ya se han puesto en marcha también en esta dirección. ¿También el Vaticano debe moverse en esta dirección a nivel global? ¿Es posible y oportuno? ¿Cómo hacerlo? ¿Cómo promover correctamente con las nuevas tecnologías de comunicación el senti-

do de la presencia del Papa en las diversas partes de la Iglesia en el mundo sin generar una mentalidad centralista inoportuna y que no corresponde a la justa articulación y a la justa descentralización de la vida de la Iglesia? En el fondo, me doy cuenta de que el pequeño paso que hemos cumplido entrando con un canal vaticano en el espacio de *YouTube* es solamente el comienzo de una vía sobre un camino, cuyos pasos sucesivos y compromisos son vividos con confianza, pero también con prudencia y siendo muy conscientes.

En cada caso, aun dejando por ahora la profundización del aspecto específico de la interactividad personal con los innumerables navegadores de la red, pienso que la capacidad general de interactuar con el mundo de hoy de la comunicación requiere también al centro de la Iglesia -concretamente de nosotros en Roma- un nuevo compromiso. Someramente se podría describir de esta manera:

- 1) Una capacidad y atención más continua de monitoreo de aquello que está en marcha en la Red, en particular en la formación de aluviones de críticas, o de interrogantes o debates que necesitan respuestas inmediatas y clarificadoras.
- 2) Una creciente capacidad de formulación rápida de respuestas adecuadas competentes.
- 3) Una creciente capacidad de amplia

difusión de tales respuestas, valorizando la sinergia entre los sitios, los blogs, las agencias existentes, comenzando por aquellas de inspiración cristiana o por lo menos positivamente interesadas en la vida y el pensamiento de la Iglesia. Incluso se puede pensar también en recurrir a mensajes y a formas de movimiento de opinión que transmiten las redes sociales.

En definitiva, cuando el Papa, en su carta a los obispos, observa con humildad que recibe la invitación a una mayor atención y a una mayor eficacia en el uso de internet por parte de la Curia romana, hace una observación sólo a primera vista ingenua, porque en realidad reconoce la existencia de un nuevo frente en el que no existe solamente el poder buscar informaciones particulares con la ayuda de los motores de búsqueda, sino que hay que desarrollar verdaderamente una estrategia más dinámica de escucha y respuesta en diálogo con el mundo de hoy. En esta dirección, integrando las nuevas dimensiones de la red con la de los medios más tradicionales, es menester hacer crecer en la Iglesia una conciencia universal común de la globalidad de las comunicaciones sociales de hoy.

El Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales, en el mes de marzo pasado, ha tomado una iniciativa muy importante, invitando por vez primera a Roma a los obispos encargados de las Comunicaciones sociales de todas las Conferencias Episcopales del mundo:

éste es un paso en la buena dirección.

Pero no hay que ser 'de este mundo'

Pero tampoco así superaremos todos los problemas. Cuando se levanta una lluvia de críticas muy fuertes, nos interrogamos justamente sobre sus causas y sobre sus posibles errores o límites de comunicación que han podido causarla. Sin embargo, no hay que olvidar que una parte consistente de las reacciones es ciertamente debida también al contenido de aquello que ha sido comunicado y no solamente a la manera de cómo se ha comunicado.

En la perspectiva del servicio a la Iglesia y a su mensaje es muy importante buscar continuamente comprender si somos nosotros, con nuestros defectos de comunicación, los que hacemos difícil la comprensión del mensaje de la Iglesia y por lo tanto los que hacemos que sea rechazado, o si es el mensaje en cuanto tal, que aun habiendo sido entendido, o incluso porque ha sido entendido, es rechazado.

En efecto, nosotros debemos ser testigos del amor de Dios por esta humanidad y este mundo, pero no podemos esconder que el Evangelio de Cristo es muchas veces también signo de contradicción en el curso de las cuestiones del mundo.

No debemos ilusionarnos con que una comunicación perfecta pueda llevar siempre a comunicar todo mensa-

je de la Iglesia sin contradicciones o conflictos. Esto sería en el fondo un mal síntoma, al límite sería un signo de ambigüedad y de componenda más que de verdadera comunicación.

Estoy convencido de que en los dos últimos Pontífices -probablemente también en los precedentes, pero yo hablo de los dos últimos porque les he conocido mejor- hemos tenido y tenemos testimonios eminentes de la valentía de decir la verdad, de ser uno mismo, sin convertirse en esclavos de la fascinación del consenso, que es uno de los mayores ídolos del mundo actual de las comunicaciones sociales.

Es necesario saber que muchas de las cosas que la Iglesia dice -y que nosotros diremos si somos fieles a ellas- van contracorriente, y debemos esperar que ello ocurra no porque estemos atrasados o fuera de la historia de nuestro tiempo, sino porque el evangelio de Jesús va muchas veces contracorriente.

Va contracorriente el perdón con respecto al odio en las situaciones de conflicto exasperado y arraigado.

Va contracorriente una visión de la sexualidad siempre unida al amor y a la responsabilidad.

Va contracorriente la esperanza de una vida más allá de la muerte en un mundo cerrado en su horizonte terreno, y van contracorriente todas las opciones cristianas concretísimas y

cotidianas que tienen su fundamento, precisamente, en la esperanza más allá de la muerte.

Aquí estamos en el núcleo de la comunicación en la Iglesia y de la Iglesia para el mundo. El núcleo central, que puede resistir a las travesías de la historia, es su credibilidad, la autoridad que le viene de la coherencia con el testimonio de la fe en la vida. Estoy convencido de que gran parte del respeto que se ha ganado Juan Pablo II, por parte del mundo y de los comunicadores, al final ha sido consecuencia -más que de sus carismas de comunicador- de su credibilidad personal. También él fue criticado largo tiempo como conservador y retrógrado, 'polaco' desconocedor del mundo moderno y de sus ideas, pero, al final, fue respetado como hombre valiente y coherente, sólidamente enraizado en su fe y capaz de testimoniarla personalmente en las diversas situaciones de la vida.

Benedicto XVI tiene una personalidad muy diversa, pero de su coherencia y de su linealidad intelectual y espiritual nadie puede dudar. Esto le da la valentía de tomar y mantener posiciones incómodas ante la cultura dominante sin titubear. En el fondo, la reciente carta a los obispos del mundo es una comunicación personalísima y admirablemente valiente, en la que se expone en primera persona confirmando y defendiendo las prioridades y los criterios de acción de su pontificado sin dejar lugar a dudas de que sus opcio-

nes -como la búsqueda generosa de la reconciliación- están profundamente inspiradas en el Evangelio.

Quizá se puedan presentar situaciones en las que las circunstancias históricas ofrecen particulares oportunidades al anuncio de la Iglesia. Por ejemplo, en la lucha por la libertad y contra los totalitarismos, como ocurrió en particular en el pontificado de Juan Pablo II. O en la relación entre ética y desarrollo económico, como quizá podría suceder en el contexto de la crisis actual. Pero, en todo caso, pienso que las posiciones de la Iglesia deben contar cada vez más sobre la credibilidad de las personas y de las instituciones de la misma Iglesia.

Es ante todo un desafío de purificación y de testimonio de fe, un desafío de largo plazo y que requiere mucha paciencia y constancia. Es un desafío crucial, en el cual los errores y los puntos débiles emergen inexorablemente a la luz, y las contradicciones entre lo que decimos y lo que hacemos se pagan a precio carísimo, como enseña la trágica historia de los abusos sexuales en la Iglesia y sus consecuencias en varios países del mundo. Es un desafío para el que debemos estar preparados, pensando bien cómo afrontar la comunicación en las situaciones de crisis: una comunicación que debe ante todo fundarse en los pilares de la veracidad y de la credibilidad.

Es un desafío en el que, en fin, no hay que dejarse atemorizar fácilmente.

Permítame un ejemplo: con ocasión de la reciente discusión sobre el SIDA y los preservativos, no creo que si el Papa en su famosa entrevista en el avión -cuando dijo que los preservativos no resuelven el problema sino que lo agravan- hubiera solamente evitado la palabra más criticada, es decir, "agravan", habría evitado la gran agitación mediática. En efecto, ha aparecido muy claro que esta agitación nació de una fortísima componente polémica con respecto a las posiciones de la Iglesia, una polémica en la cual posiciones hostiles se alían, aunque normalmente estén divididas entre sí, una polémica que ha alcanzado hasta expresiones no habituales como la protesta del Parlamento belga. Por ello justamente, en la franca respuesta vaticana a esta protesta, se ha tenido que decir sin medias tintas, que se rechazan los intentos de intimidación, es decir, de 'cerrar la boca' a una Iglesia muchas veces incómoda por sus posiciones.

En definitiva, no debemos olvidar que hay una dimensión 'profética' de la palabra de la Iglesia y del Papa que continuará siempre suscitando también reacciones y oposiciones, pero que logrará hacerse escuchar tanto más cuánto más se afiance en el testimonio creíble de la Iglesia.

Discernir el bien y el mal, para servir eficazmente al bien

Pero no quisiera que mi discurso al final pueda parecer demasiado centra-

do en una estrategia de autodefensa comunicativa de la Santa Sede o de la Iglesia, o que sea pesimista sobre las posibilidades de diálogo y de comprensión entre la Iglesia y el mundo circunstante. El problema es otro. Es el problema del futuro de las personas que habitan en la faz de la Tierra, de nuestra familia humana. Futuro terrenal y -desde el punto de vista de los creyentes- también futuro eterno en continuidad con el terrenal.

¿De qué se debe preocupar, por último, quien comunica en la Iglesia y al servicio de la Iglesia para el mundo? ¿Qué cosa debe llamar en el fondo su atención?

¿Cómo adquiere aquella credibilidad, sobre la cual al final se juega útilmente el desafío del anuncio de la Iglesia en el mundo?

En su bellísima homilía para el Jubileo de los periodistas, en Roma en el año 2000, el Cardenal Etchegaray invitaba a los periodistas a un profundo examen de conciencia. Él decía:

"Sí, rechazad la 'política de la agenda', que consiste en establecer el orden del día de una redacción exclusivamente a partir de temas mayoritarios, salidos bajo la presión de los sondeos.

»Sí, reaccionad al conformismo de los medios que practican un copiarse recíproco, se repiten, se corresponden hasta el punto de no representar, sino una sola fuente de información.

»Sí, luchad contra la dictadura de la urgencia, de lo instantáneo, que no es una garantía de la verdad: controlad el reflejo mediante la reflexión, dad una jerarquía a vuestros mensajes, en lugar de amontonarlos a granel. Pensad en todos aquellos que hoy no saben sino practicar el zapeo ante el atasco de noticias, el 'surf' en la cresta de la ola espumeante de las imágenes.

»Guiad al hombre del tercer milenio hasta su propia frontera, hasta su parte más profunda, donde libertad y responsabilidad, comunicación y comunión le dan acceso a su plena libertad.

»Cuando el reflector de los medios se mueve sobre el mapamundi según las oportunidades políticas o comerciales, ¿no se deja acaso en la sombra alguna miseria escondida, alguna guerra olvidada, alguna solidaridad perdida? No dudéis en romper, con vuestras preguntas y vuestras investigaciones los círculos de miopía colectiva o de egoísmo de parte, para ayudar a ver lejos, hasta dónde hay un hombre. ¡Os corresponde ser los guardianes de un mundo nuevo que surge: permaneced despiertos en la ventana más alta y más amplia de vuestro medio!"

¡No son sólo los periodistas quienes deben ser los guardianes del mundo nuevo desde la ventana más alta, para poder guiar al hombre del tercer milenio hasta su propia frontera! ¡Lo son también todos los pastores y los responsables 'de' y 'en' la Iglesia!

Por ello, en esta perspectiva, debe ser posible y se debe buscar continuamente una 'alianza' positiva, una sinergia positiva entre la comunicación de la Iglesia y aquella para el mundo.

Aquí nos acercamos al punto más crucial del servicio de la Iglesia y de los creyentes en el mundo de la comunicación, en diálogo y colaboración con todos los comunicadores de buena voluntad.

El punto crucial es lograr poner la comunicación en su justa perspectiva de servicio desinteresado al bien de la humanidad, al correcto discernimiento de la presencia del bien y del mal en la historia concreta de nuestro mundo, de forma que se ayude a ver los diversos rostros del bien para favorecerlos, y a desenmascarar los rostros del mal para limitar su fuerza.

Hace algunas semanas, un periodista me pedía que desarrollara, precisamente, una reflexión sobre el bien y el mal en la información. En particular, sobre cuáles son los principales rostros con los cuales el mal se presenta en nuestro trabajo y en el flujo comunicativo.

Por lo general, es fácil enumerar los principales; el problema más difícil es reconocerlos en los casos individuales y en las diversas situaciones, para poner en guardia al que pueda quedar atraído o engañado.

Está el rostro clásico de la mentira, más

o menos explícita, a menudo sutilmente mezclada con medias verdades, motivada por intereses de varios tipos, en todo caso con el fin de engañar:

Está el rostro de la soberbia, del protagonismo auto-referencial, del desprecio de los demás, cuando no se acepta escuchar otras posiciones, sino que se persigue sólo la afirmación absoluta de la propia posición como superior.

Está el rostro de la opresión, de la injusticia y de la negación de la libertad de información y de expresión de los demás, que no da espacio y posibilidades para expresarse, que es negación de su dignidad de persona y de su responsabilidad en la vida de la comunidad social.

Está el rostro de la sensualidad degradante o posesiva, de la falta de respeto hacia el cuerpo del otro y su imagen, que es expresión de un materialismo hedonista que al final embrutece a las personas y sus relaciones.

Está el rostro de la fuga de la realidad para refugiarse en la realidad imaginaria o virtual, subvirtiendo así completamente la finalidad de comunicación de las nuevas tecnologías y haciendo que se vuelvan manantial de aislamiento y esclavitud.

Está el rostro de la división, de la demolición intencional del diálogo y de los esfuerzos para la comprensión recíproca entre las personas diversas, los pueblos, las culturas; para ponerlos

uno en contra del otro, en lugar de ayudarlos a comprenderse y a encontrarse. Llevado al extremo, este rostro se vuelve el rostro del conflicto y de la guerra.

Debemos saber desenmascarar estos rostros del mal para liberar la comunicación, poniéndola al servicio del bien, es decir, de una cultura del respeto, del diálogo, de la amistad -como dice el Mensaje del Papa que recordaba antes- para poner todas las increíbles potencialidades de la comunicación actual en la construcción de la comunión en la Iglesia y de la unión de la familia humana.

Comunicación para la comunión. Comunicar para unir

Ésta es la síntesis más rica de mi vocación de comunicador, de nuestra vocación de comunicadores.

Vocación de la que he aprendido a descubrir, siempre y nuevamente, la dificultad y la fatiga, pero también la belleza y la grandeza.

Hay un momento preciso que permanece grabado en mi memoria, como una iluminación improvisa, en que he comprendido, después de muchos años, la naturaleza de esta vocación.

Un día, se estaba desarrollando una reunión de oración de los jóvenes en el Aula Paolo VI, con la participación de Juan Pablo II ya anciano. Con los

colegas del Centro Televisivo Vaticano, habíamos puesto en marcha una decena de conexiones satelitales bidireccionales televisivas, para que otros jóvenes, reunidos en oración en otras sedes, en varios países de Europa, pudieran participar en directo. Y el Papa iba viendo sucesivamente en la pantalla gigante las distintas reuniones de oración, escuchaba los saludos de los jóvenes y, a su vez, podía dirigirse a ellos. Nosotros naturalmente nos sentíamos muy tensos mientras gestionábamos esta compleja organización técnica; recuerdo que yo estaba empapado en sudor en una pequeña unidad móvil de control con mis colegas.

De repente el Papa, con su característica espontaneidad, dijo: "Pero qué cosa maravillosa es esta televisión. Puedo ver y hablar con mis jóvenes de Cracovia como si estuvieran aquí ¡Bendita televisión!". Yo quedé deslumbrado.

Siempre pienso que la televisión hace cosas muy malas y daños terribles, ¡y ahora el Papa me dice que es bendita! Pero tiene razón él, que ve más allá, porque la televisión puede impulsar la comunión, puede permitir esta tarde al Papa y a la Iglesia experimentar la alegría de la comunión, y ello es signo de que se puede usar para el bien ¡puede ser verdaderamente bendita! Pero ello depende de nosotros. Somos nosotros los que debemos y podemos hacer que llegue a ser fuente de bendición y no dejar que se vuelva instrumento de corrupción.

Ésta es pues mi vocación, nuestra vocación: actuar de forma que la prensa, la radio y la televisión sean instrumentos y caminos de bendición. Y ahora, tendré que trabajar; todos debemos trabajar más, para que cada día se pueda decir con mayor veracidad y convicción: ¡bendita Red!