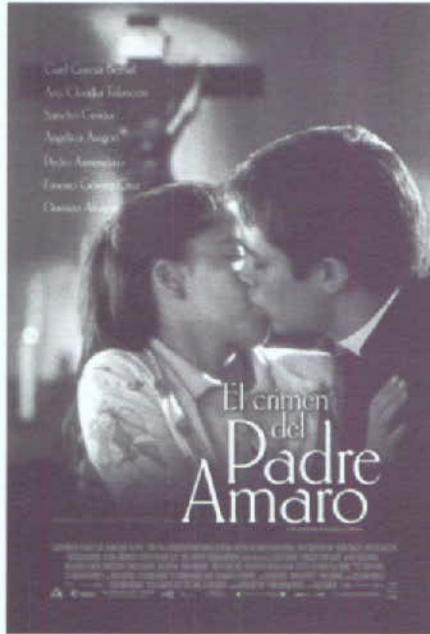


La comunicación de la Iglesia en momentos de escándalo

José Martínez de Toda, S.J.



Las campañas mediáticas contra la Iglesia Católica no son una novedad. Pero han crecido recientemente. He aquí los escándalos y ataques, que han ocurrido en año y medio desde junio de 2001 hasta diciembre de 2002.

El "escándalo" más importante de la Iglesia a nivel internacional ha sido el de pederastia entre los sacerdotes de Estados Unidos y otros países. Las noticias reventaron en enero de 2002. Y aparecieron en todos los medios de comunicación públicos, tanto a nivel local y nacional como internacional, y el escándalo permaneció en las portadas durante meses.

Otro escándalo fue el de la homosexualidad entre los sacerdotes.

Unos meses antes, en junio del 2001, algunos obispos españoles fueron atacados por supuestas ganancias económicas logradas de forma poco ética en GESCARTERA.

También ha habido ataques en las últimas películas de cine. Por ejemplo, en la película mejicana "El Crimen del Padre Amaro" (*New York Times*, 21 de octubre 2001; *Zenit.org*, 9 de noviembre 2002). Otra película anticlerical ha sido "The Magdalene Sisters", ganadora del León de Oro del Festival de Venecia de 2002. Esta película fue presentada por Miramax, famosa por sus hostilidades contra la Iglesia. La película fue duramente criticada por Vittorio Messori en "Il Corriere della Sera", el 14 de septiembre de 2002 (*Zenit.org*, 9 de noviembre 2002). La XXII "Mostra de Cine" de Valencia (España), patrocinada por el alcalde de la ciudad en noviembre de 2002, presentó el ciclo "Scándale" con películas anticlericales, como "La religiosa", "Yo te saludo María" y "Romance X". Últimamente, "Amén", basada en el drama "El Vicario", ha suscitado fuertes controversias por su ataque a la postura de Pío XII ante el holocausto judío.

Algunos grupos incluso han pedido recurrir a famosos programas radiofónicos para atacar a la religión. La BBC Radio 4 tiene un bellissimo programa llamado "Thought for the Day". La *National Secular Society* y la *British Humanist Association* pidieron transmitir a través de este programa reflexiones anti-religiosas.

Ya han aparecido videojuegos que dañan la Iglesia. El nuevo videojuego español "Matanza cofrade" ponía a los miembros de las Hermandades de Semana Santa y de las "Cofradías" de Sevilla como objetivos por eliminar con disparos (*ACIPRENSA.COM*, 2 de diciembre 2002). Afortunadamente fue prohibido por los tribunales, por estimular la violencia.

Desde Barcelona el Cardenal María Carles Ricard denunció que algunos

medios de comunicación presentan sólo los aspectos negativos de la Iglesia. El Cardenal Francisco Javier Errázuriz, desde Chile, criticó con fuerza a la prensa local, que busca con voracidad casos de escándalos sexuales entre los sacerdotes de la Iglesia (*Zenit.org*, 15 de noviembre de 2002). El Presidente del Pontificio Consejo para la Comunicación Social, Mons. John Patrick Foley, dijo que los medios de comunicación se han estado comportando como tiburones, especialmente en los Estados Unidos (*ACI*, 11 de octubre 2002).

En el pasado había una obsesión en los medios con las cinco preguntas de Lasswell: *¿Quién, Qué, Cuándo, Dónde, Por qué?* Un periodista norteamericano dice que ahora existe otra regla oculta... en ocasiones muy explícita: *ABC* ("All But Catholicism", "Todo excepto el Catolicismo"). Ésta sería la nueva obligación para los periodistas: atacar a la Iglesia Católica. Los periodistas no serían los únicos que siguen esta regla, pero ciertamente son los que hacen más ruido por el lugar que ocupan.

Estos ataques suscitan algunas preguntas:

¿Hay de veras una campaña mediática contra la Iglesia Católica?

Se dan dos opiniones al respecto:

Algunos están absolutamente convencidos de ello. Y hacen ver que tales ataques contra la Iglesia y su historia son ahora más y más frecuentes.

Varios Cardenales han sido particularmente explícitos sobre esto. Los primeros fueron el Cardenal Oscar Rodríguez Madariaga, de Honduras, y el Cardenal Norberto Rivera Carrera, de México. Posteriormente,

el Cardenal Miguel Obando de Nicaragua se unió a ellos. Explicaba que la Iglesia es atacada porque ella "se convierte en algo contracultural cuando defiende la vida, cuando proclama la moralidad de la sexualidad y del matrimonio o cuando invoca la bioética" (*ACI*, 8 de octubre 2002).

La publicidad anticlerical de los Estados Unidos a propósito de los sacerdotes pederastas ha sido etiquetada por el Cardenal Joseph Ratzinger como un "ataque de los medios" y una "campaña" contra la Iglesia Católica. Hizo ver que el porcentaje de abusos sexuales de los sacerdotes no es superior al de otros sectores sociales, y puede que hasta sea inferior: menos del 1%. Por eso el 99% de los sacerdotes debe ser defendido de estos injustos ataques (*Zenit.org*, 2 de diciembre 2002). Todos saben que existen muchos más casos de pederastia entre familiares: abuelos con nietos, padres con hijas..., pero poco se habla de tales casos en los medios masivos. Por otra parte, los medios masivos han exagerado el problema con mentiras, calumnias y con una cobertura incesante.

El Cardenal Ricard María Carles de Barcelona (España) afirma que "la Iglesia molesta a ciertos medios masivos, quizá porque es libre y no responde a los intereses de los partidos políticos o a los lobbies de los medios. La Iglesia es portadora de la palabra del Evangelio, denuncia el mal y propone la verdad, la verdadera libertad y el bien. Sus palabras no agradan a todos. Esto también le pasó a Jesús" (*ACI*, 1 de diciembre 2002).

Este odio anticatólico es compartido por los agnósticos liberales, por algunos sectores judíos (que controlan la prensa y el cine), por nume-

rosas logias masónicas, y también por los fundamentalistas evangélicos, que en este momento representan el mayor número de protestantes en América, y se llaman a sí mismos "antipapistas". Hay muchas fuerzas contra la Iglesia: fuerzas nuevas y viejas.

Para otros los llamados "ataques" a la Iglesia no nacen del odio, sino que surgen de las características del lenguaje típico de los medios masivos. Y así prefieren hablar de conflictos, controversias y escándalos, que nutren el sensacionalismo, suscitan la curiosidad y así atraen a la audiencia. La Iglesia Católica, famosa por su posición respecto a la sexualidad, representa un tabú apetecible... Por eso cualquier transgresión sexual de uno de sus sacerdotes se convierte en un gran escándalo.

Eventualmente lo que priva en ellos es el dinero. Al crecer el número de lectores o espectadores, crecen también el poder y las ganancias de sus dueños. La comercialización, que determina el qué y el cómo decir las cosas, daña la naturaleza ética de la comunicación.

II ¿Cómo debiera reaccionar la Iglesia Católica ante estos ataques?

Jesús reaccionó de estas tres maneras:

-Se pronunció clara y fuertemente contra los pecados y debilidades de sus discípulos (Pedro, Judas...); aunque fue considerado con los discípulos de Emaús, que desertaban del grupo... Y a su madre María le tuvo que recordar: "¿No sabías que yo debía estar en la casa de mi Padre?" (Lc. 2,49).

-Cuando Jesús mismo fue atacado por escribas y fariseos, reaccionó defendiéndose contra los argumentos de sus enemigos.

-Finalmente, cuando sus argumentos no les convencieron, aceptó hasta la crucifixión.

Esta conducta diversa de Jesús inspira la reacción de la Iglesia. Las siguientes recomendaciones están inspiradas en Él.

III ¿Cuáles son las principales recomendaciones para la comunicación pública de la Iglesia?

¿Cómo deben actuar con los medios el Obispo y las Oficinas Diocesanas de Comunicación, antes de que se conozcan demasiado las faltas morales del personal de la Iglesia y antes de que todo se haga público? ¿Qué es lo que deben decir los líderes de la Iglesia en medio de una atmósfera de crisis? ¿Cómo puede la Iglesia dar una respuesta efectiva a las preguntas del público en un período de escándalo? ¿Qué estrategias de comunicación deben adoptarse cuando estos escándalos salen a la luz? He aquí un sumario de respuestas:

1. Ser humildes.

La Iglesia es pecadora y santa, como dice San Agustín. Como pecadora, debe sufrir con humildad, debe reconocer sus errores, debe ser paciente ante los ataques.

Y las violencias morales, como las mencionadas, deben ser prevenidas y evitadas. Debe procurar formar mejor a sus sacerdotes en los seminarios. Y los culpables deben ser procesados y removidos de un trabajo pastoral, que para ellos es ocasión de pecado y de escándalo. Al mismo tiempo éstos tienen derechos que se deben respetar.

2. No estar callados. Hay que responder a los ataques

La Iglesia, por ser santa, debe reaccionar. Algunos no quieren ninguna reacción. Dicen ingenuamente que "la verdad no necesita ser defendida, y prevalecerá por sí misma". Pero en el Evangelio, en los Hechos de los Apóstoles, en las cartas de S. Pablo y durante los primeros siglos de la Iglesia se reaccionaba, incluso con apologías (desde el año 126 a.C.). La Iglesia no puede hacerse la víctima con una resignación pasiva, sin hacer nada ante los ataques.

Estamos en la civilización de los medios de comunicación, donde la opinión pública es muy importante. Es verdad que la opinión pública no es simplemente la publicada en los medios, pero ésta influye en aquella. La influencia de los medios masivos sobre las convicciones, el comportamiento y las actitudes de las personas y grupos obliga a la Iglesia a estar presente activamente en este gran "areópago", para que las ideas, la información, los sentimientos, los valores y la luz del Evangelio entren en él.

"La Iglesia vive su vida en medio de toda la comunidad del hombre. Por lo tanto, debe mantener contactos y líneas de comunicación a fin de relacionarse con toda la raza humana" (*Communio et Progressio* 1971, n. 114).

3. No devolver el golpe contra los periodistas

Poco se consigue con nombrar y atacar al periodista que atacó a la Iglesia. La amistad logra más victorias.

4. Hacer comunicación externa e interna

Los medios masivos son necesarios para establecer un diálogo *ad intra* de la comunidad y *ad extra*; ellos pueden trabajar intensamente y con

inteligencia para divulgar la imagen correcta de su propio carisma y misión.

La comunicación *ad extra* hacia la opinión pública se consigue a través de los medios de comunicación tradicionales (prensa, cine, radio y TV), y a través de los medios más recientes (internet...).

Pero la comunicación *ad intra* no debe descuidarse. Es triste ver que mientras la Iglesia es atacada a través de los medios masivos públicos, a los fieles se les deja solos. No se les informa debidamente sobre cuánto hay de verdad en las acusaciones. Los pastores deben hacer frente a la crisis ante sus fieles. En Estados Unidos las consecuencias de este descuido han llegado a diversos niveles: desde las crisis de fe hasta la caída de las colectas de los domingos.

5. Ser conscientes de los cambios que han ocurrido entre los católicos

La antigua aceptación y sumisión ciega de la fe de los católicos del primer mundo se ha debilitado. He aquí algunos cambios:

- En la crisis de los años 60 hubo algunos cambios en las costumbres sexuales. Por ejemplo, creció el porcentaje de matrimonios rotos.

- La cultura del disenso llegó también a la Iglesia, porque muchos intentaron racionalizar su alejamiento de las reglas morales.

- Muchos católicos empezaron a considerar la religión simplemente como algo personal y privado, sin incidencia social.

- Muchos adoptaron también una actitud discriminatoria con respecto a la doctrina de la Iglesia: decidieron conservar algunas de las verdades y no otras.

- El pluralismo social y la secularización también han crecido en esta sociedad de los medios.

- Ya no se puede exigir que aquello en lo que la Iglesia cree sea obligatorio para los demás. No se puede pretender olvidar la sociedad cambiante y cerrarse dentro de espacios supuestamente "limpios" e incontaminados.

Debemos aprender a vivir en este mundo, aunque no esté hecho a nuestro gusto. No se puede estar siempre condenándolo o escapando de él. Se debe más bien estar preparados a tomar de él lo bueno y trabajar para mejorarlo. Muchos en la Iglesia temen que actitudes como el respeto, la tolerancia, el diálogo y el interés por el otro, conducirán a los cristianos a un cierto relativismo o indiferencia. Pero ésta es la única forma de vivir en una sociedad pluralista.

Asimismo, la Iglesia debe buscar su puesto en ella. La cultura moderna está condicionando la forma de evangelizar. No se puede comunicar el mensaje cristiano, si no se revisa la relación con la audiencia. Es necesario poder contar con más laicos activos dentro de la Iglesia.

Los cristianos deben involucrarse más en política. Este empeño político es parte de la evangelización. La Iglesia no puede imponer sus ideas, sino proponerlas. Se debe mostrar la bondad de la Iglesia con palabras y argumentos, pero ante todo, con el testimonio de la vida cotidiana.

6. Ser transparentes

La realidad de la opinión pública actual obliga a producir una información respetuosa, correcta y transparente sobre la vida religiosa. Es necesario crear un clima de comunicación espontánea. "Con frecuen-

cia somos objeto de juicios superficiales o ingenuos, precisamente porque rara vez proporcionamos información correcta, documentación y oportunidades para el diálogo" (Martini, Carlo María, *Comunicar a Cristo hoy*. Carta *El borde de su manto*, Universidad Pontificia de Salamanca, 1998, p. 135). Pero "ciertamente no todo es comunicable" (Martini, id.). También las instituciones poseen el derecho a la privacidad. Nadie está obligado a contar al público todo sobre su vida privada.

El Papa Juan Pablo II se ha preguntado: "¿Qué significa ser un periodista católico?". Una de las características mencionadas por él fue: "Significa tener el coraje de buscar la verdad y de informar sobre ella, aun cuando la verdad sea desagradable o no sea considerada 'políticamente correcta'". (Audiencia Papal con motivo de los 75 años de UCIP).

7. Tener cuidado de la imagen de la Iglesia

La Iglesia tiene que defender su imagen pública (de santidad) y su credibilidad. Quizá tener una buena imagen pública no es lo más importante para un verdadero cristiano, pero ciertamente es una condición para la evangelización. Es triste oír aquello de: "Yo creo en Dios, pero no en la Iglesia".

Muchos de la Iglesia no cuentan todo el bien que han hecho. "Que no sepa tu mano izquierda lo que hace tu derecha". (Mt. 6,3). Pero Jesús también dice: "Que vuestra luz brille delante de los hombres" (Mt. 5, 16). ¿Cómo reconocer públicamente los defectos de la Iglesia con el riesgo también de perder su imagen tradicionalmente positiva?

La llave de la credibilidad de la Iglesia es el 'servicio desinteresado'.

Ciertamente 'el de dentro', que pertenece y conoce la Iglesia, sabe que en el centro de cualquier institución eclesial está la idea del 'servicio desinteresado'.

Pero el 'de fuera', incluyendo muchos laicos, no lo ven así. Consideran que los de la Iglesia institucional están demasiado preocupados en defender sus propios intereses, que ella esconde intereses personales, aunque proclame el bien común, que ella quiere imponer sus puntos de vista. En general, observan que ella no es la institución ni el referente ideal para la sociedad actual. Así la ven. Por lo tanto, el apostolado debería concentrarse en el 'servicio desinteresado'.

En comunicación se puede informar desde el poder, pero esto produce amargura y resentimiento. Es más cristiano informar desde el servicio, porque esto se basa en el amor. Y esta información fácilmente se puede convertir en comunicación, en el sentido de construcción compartida de significados. El ejemplo de Jesús, el perfecto comunicador, es el de la auto-comunicación o donación de sí mismo por amor.

8. La Iglesia debe contar con su propio sistema de comunicación

Para lograr los objetivos anteriores, la Iglesia debe poseer sus propios medios masivos. La Iglesia los necesita, como ellos necesitan a la Iglesia. Quizá en este momento la Iglesia necesite más medios masivos que edificios eclesiales. Las iglesias son para los que ya creen. Los medios masivos son también para aquellos que no creen.

El Cardenal de Belo Horizonte (Brasil), Dom Serafim Fernandes de Araujo, decía: "Mi radio es mi catedral". Decía que para mantener la

