Gozo y Esperanza

Memorial Prof. Dr. Julio A. Ramos Guerreira

Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca

HACIA UNA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN. CRISTIANISMO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ERA DE LA GLOBALIZACIÓN*

ASUNCIÓN ESCRIBANO**

"La denuncia sin anuncio oscurece
el verdadero rostro del Evangelio"
JULIO RAMOS

1. INTRODUCCIÓN. DE LA BANALIDAD DE LA INFORMACIÓN A LA NECESIDAD DE LA COMUNICACIÓN

Hace aproximadamente dos décadas que habitamos un mundo constantemente en cambio donde la rotación de las novedades en el escaparate de las telecomunicaciones se sucede sistemáticamente. Conceptos como los de *globalización* o *información* han desbordado todas las expectativas y han generado nuevos sistemas sociológicos y categorías de pensamiento en los que analizar y contextualizar los nuevos cambios que se producen en el mundo actual, que se perfila así, en estos años, como fin de un ciclo tecnológico y comienzo (o al menos en una nueva fase) de otro[1]. No en vano, la globalización, obtenida con

* Quieren rendir homenaje estas páginas a la tarea pastoral y docente de Julio Ramos, en cuya memoria y caluroso recuerdo han sido inspiradas y escritas, con la confianza serena de que ya habrá comenzado a fructificar la semilla que fue su vida.

** Profesora Titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca.

1 Entre los mejores relatos de esta historia están los de A. Mattelart, *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global,* Barcelona 2000, desde la Sociología de la Comunicación; la segunda parte de la obra de P. Sloterdijk, *Esferas,* que lleva por título *Globos. Macrosferología,* Madrid 2004, desde un punto de vista filosófico; y, con carácter técnico e histórico y escrito por uno de los principales escritores de ciencia ficción del s. XX, A. C. Clarke, *El mundo es uno,* Barcelona 1994.

el progreso impactante de las telecomunicaciones, no ha hecho sino culminar la idea de la centralidad del planeta en torno a la información, evocando la filosofía primigenia de las primeras gacetas o, como escribiera Nooteboom: "allí donde se publica un diario está siempre el centro del mundo"[2]. No en vano, cuando en la segunda mitad de los años 70, y por encargo del entonces presidente francés Giscard d'Estaing, se redactó *La informatización de la sociedad*, también conocido como "el informe Nora-Minc"[3], ya avisaban sus autores, conscientes de las transformaciones y consecuencias políticas que podían acarrear las innovaciones tecnológicas[4], sobre la necesidad de socializar la información o, dicho de otro modo: "Facilitar la preparación de los datos a partir de los cuales pueden encontrar un punto de acuerdo la estrategia del centro y los deseos de la periferia; un acuerdo por el cual la sociedad y el Estado no sólo se apoyen, sino también se fabriquen recíprocamente"[5].

Este momento llegó en la última década del siglo anterior con la generalización de la red Internet y su extensión a todo el mundo. Diferentes analistas y pensadores se han referido desde entonces a esta nueva situación con diferentes términos como "Telépolis" y "Tercer Entorno"[6], "comunicación-mundo"[7], "sociedad red"[8], "sociedad de la comunicación generalizada"[9], etc, que no son, a fin de cuentas, sino ecos o reverberaciones en el agujero de gusano del pensamiento que instaurase McLuhan en el ámbito de la sociología de la ciencia con la apertura de la nueva era de la sociología de la comunicación que supuso *La galaxia Gutenberg*. En cualquier caso, dicha era, al menos en su fase más cercana a nosotros, ha pasado tan rápida como los libros que sobre ella se han escrito y las profecías en ellos aventuradas. Si existe una sociología caduca antes de darse a conocer sus aportaciones es, en nuestros días, la sociología de la información. Desde esta perspectiva, entre los pocos autores que supieron acercarse

2 C. Nooteboom, "Tiempo exaltado. Sobre la lectura de periódicos", *Humboldt* 117 (1996) pp. 2-3.

3 S. Nora - A. Minc, *La informatización de la sociedad,* México D.F. 1982.

4 "Ayer, las posibilidades de la informática estaban delimitadas: eran comerciales, industriales o militares. De aquí en adelante, al dispersarse en una infinidad de pequeñas máquinas y ocultarse tras una red de ramificaciones ilimitadas, la informática se adueñará de toda la sociedad", S. Nora - A. Minc, *La informatización de la sociedad, o.c.*, p. 50. Para conocer los detalles concretos de este augurio acertado, cf. N. Negroponte, *El mundo digital,* Barcelona 1995. Es más: "En la actualidad, la información va, esencialmente, de la cima a la base. Solamente el mercado constituye la red, pobre, en verdad, de la comunicación horizontal. La sociedad de la información reclama el ascenso hacia el centro de los anhelos de los grupos autónomos y la multiplicación hasta el infinito de las comunicaciones laterales", *ib.*, p. 193.

5 S. Nora - A. Minc, *La informatización de la sociedad, o.c.*, p. 191.

6 J. Echeverría, *Telépolis,* Barcelona 1994, y *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno,* Barcelona 1999.

7 A. Mattelart, *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y las estrategias,* Madrid 1993.

8 M. Castells, *La era de la información: economía, sociedad y cultura. I La sociedad red,* Madrid 1997.

9 Cf. G. Vattimo, "La sociedad de la comunicación generalizada", en J. Bindé, *Claves para el siglo XXI,* Madrid 2002, pp. 298-302.

al límite final del siglo sin dejarse arrastrar por el vértigo y, por lo tanto, erraron menos en sus predicciones, destaca Baudrillard. Si como manifiesta Vattimo, "el mundo de las comunicaciones generalizadas se caracteriza en particular por el consumo de realidad"[10], Baudrillard acertó de pleno en 1992 cuando, en las postrimerías de lo que se denominó movimiento filosófico posmoderno, señaló que "ya no recuperaremos la historia de antes de la información y de los medios de comunicación"[11].

Frente al final de la historia político y triunfalista proclamado por Fukuyama (más deseado que real, como los acontecimientos de la última década del siglo XX iban a demostrar), Baudrillard se fijaba en lo esencial del cambio a que daban lugar las tecnologías, ese sí cierto y real. Desde entonces, la batalla que se está jugando en este terreno es crucial por las consecuencias que puede tener para el futuro de nuestra civilización[12]. Precisamente fueron los conflictos internacionales generados a partir de 1989 los que pusieron de relieve, como nunca hasta entonces (en función de cómo fueron cubiertos y "comunicados" al resto del mundo por los medios), las diferencias existentes entre lo que Habermas[13] denominase una década antes, por un lado, "formas generalizadas de comunicación", representadas por actos ilocucionarios y usos encaminados hacia el enten-

10 G. Vattimo, "La sociedad de la comunicación generalizada", *o.c.*, p. 298.

11 J. Baudrillard, *La ilusión del fin. La huelga de los acontecimientos,* Barcelona 1993, p. 17. Por los mismos años surgían también las primeras críticas en esta línea desde el propio ámbito de las telecomunicaciones: "Cada vez que ocurre un gran acontecimiento, espectacularmente mostrado por la televisión, se da una versión que acaba por imponerse como la versión verídica auténtica, normativa, doxal, y nosotros de repente, pasadas algunas semanas, nos enteramos de la realidad del acontecimiento". I. Ramonet, "Medios de comunicación y Tercer Mundo", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo,* Salamanca 1994, pp. 183-194, 194. Para un acercamiento crítico al estado de la cuestión de las exigencias de un nuevo modo de comunicar a escala planetaria, cf. D. de Moraes (coord.), *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder,* Barcelona 2005.

12 Son numerosos los que han señalado los nefastos resultados de la generalización de las tecnologías informáticas y de la comunicación. Entre otros, Anderson ha hablado de las connotaciones políticas de las nuevas tecnologías y en concreto de lo que la unión de éstas con las migraciones masivas de nuestra época ha provocado lo que él ha denominado un "nacionalismo de larga distancia", B. Anderson, "Nacionalismo occidental y nacionalismo oriental ¿Hay alguna diferencia importante?", en *New Left Review* 9 (julio/agosto 2001) pp. 70-80, 80, y J. S. Nye Jr. ha aludido a las consecuencias políticas de la globalización informativa en el caso de EEUU, "La revolución mundial de la información", en *Claves de Razón Práctica* (a partir de ahora *Claves)* 129 (enero/febrero 2003) pp. 48-57; y, desde la sociología y la lingüística italiana, también han sido numerosas las llamadas de atención ante los cantos de sirena tecnológicos: cf. G. Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida,* Madrid 1998; T. Maldonado, *Crítica de la razón informática,* Barcelona 1998; y R. Simone, *La Tercera Fase. Formas de saber que estamos perdiendo,* Madrid 2001. Con una visión más esperanzada se ha manifestado recientemente, entre nosotros, Alonso Secades al insistir en que "las nuevas tecnologías ofrecen una oportunidad para crear una sociedad más justa, donde el proceso de transformación hacia la sociedad de la información debe suponer una oportunidad de cohesión y no una división social", V. Alonso Secades, *Las tecnologías de la Información como entorno virtual de convivencia,* Salamanca 2005, p. 55. Una interesante propuesta teórica de oposición al sistema que se está imponiendo, en R. Vidal Jiménez, "Comunicación, poder y transgresión en la 'sociedad global informacional'", en *Ámbitos* 13-14 (2005) pp. 13-30.

13 Cf. J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa,* vol. II. *Crítica de la razón funcionalista,* Madrid 2003, pp. 395ss.

dimiento, y, por otro, "medios de control", basados en actos perlocucionarios y cuyo fin es la manipulación social. Por entonces, otro francés lanzaba una importante constatación: el saber se ha convertido en una mercancía cada vez más importante y cercana al poder[14]. Quedaba instaurada así, y a partir de dicha fecha de 1989, una historia del presente que lo era más que nunca, y la Información dejaba de ser el tótem idolatrado en que se convirtiera hacia los años 60 para ceder el trono a un concepto mucho más potente y sólido, al menos en apariencia: la Comunicación. Si el mundo de la Guerra Fría produjo y necesitó para justificarse la idea y el concepto de Información, la sociedad globalizada del s. XXI requiere de la Comunicación. Internet es la demostración de la inevitable abdicación del primer concepto en beneficio del segundo. Surgida en la apoteosis de la información muestra claramente la necesidad de regular la opulencia informativa[15] para hacerla eficaz y, por tanto, dar valor a la red. Por otro lado, proporcionar información no es, aunque todavía se confunda y en ciertos contextos se solape, comunicar. Información y comunicación son conceptos diferentes a los que sólo el maremágnum conceptual de las nuevas tecnologías ha permitido cambiar sus vestiduras.

2. COMUNICACIÓN Y CRISTIANISMO

En el contexto descrito, algunas religiones han cobrado un protagonismo inusitado por razones, desgraciadamente, vinculadas a la violencia. Hacía siglos que el paisaje geopolítico no concedía tanta importancia al elemento religioso en su ordenamiento (o des-ordenamiento). La vigencia del elemento religioso en la beligerancia de conflictos en diversos puntos del globo es claro ejemplo de la necesidad de diálogo en la sociedad de la globalización[16]. En cualquier caso, se hace patente que habitamos un mundo desde luego no caracterizado por la increencia

14 Cf. J.-F. Lyotard. *La condición postmoderna, Informe sobre el saber,* Barcelona 1993.

15 T. Maldonado, *Crítica de la razón informática, o.c.*, pp. 97ss. Haciéndose eco de unos datos publicados en *Le Monde* (24-XII-04), V. de Semir señala cómo "la multiplicación de fuentes emisoras de información, que comporta la aparición de una cierta 'bulimia' del público hacia los medios de comunicación, motiva que se pueda hablar de un fenómeno de *fast info* inducido en parte por el *fast thinking* imperante en nuestra sociedad y que –como el fast food– intenta colonizar el mundo entero", "La ciencia en el supermercado de la información", en AA.VV., *Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España – 2004,* Madrid 2005, pp. 233-263, 259. Sobre la necesaria redefinición del concepto, cf. M. de Moragas Spà, "Nuevas tecnologías y nuevas condiciones del pluralismo informativo", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo, o.c.*, pp. 103-119.

16 Este resurgir del integrismo no debe, sin embargo, conducir a la conclusión de que la unión entre los términos religión y violencia va más allá de lo meramente coyuntural. Es lo que manifestaba hace unos años un notable historiador de las religiones al sostener que "il existe une explication plus profonde aux violences à coloration religieuse: l'homme n'est pas naturellement bon. Il a et il aura toujours tendance à camoufler son orgueil et son vouloir de domination derrière le paravent des religions et... des idéologies, qui furent en notre temps le nazisme et le communisme, qui se voulaient athées", J. Delumeau, "La civilisation agnostique", en *Le Monde de l'Éducation,* 258 (avril 1998) pp. 26-27.

sino todo lo contrario[17], aunque algunos sectores en Europa intenten ocultar el hecho mediante un proselitismo de la secularización llevado a cabo con modos nada tolerantes ni ilustrados. La consecuencia no deseada (o sí) de este proceso, en mi opinión equivocado, lejos de "descristianizar" al mundo, y en concreto a Europa, que es donde está su origen, es que se está produciendo una nueva paganización, fruto de una errónea relación con lo religioso[18]. Sin embargo, los comportamientos violentos de determinados grupos religiosos, a los que nos hemos referido, ofrecen argumentos a quienes ven en la secularización la única vía posible para el desarrollo de la sociedad democrática. No en vano "una cultura depende de la calidad de sus dioses"[19].

Es evidente, por otra parte, que si existe un credo o confesión en el mundo actual capaz de desempeñar un arbitraje en medio de la ceremonia de la confusión[20] ése es el Cristianismo. Entre otros motivos por su importancia histórica y cultural, por el hecho de hallarse en un estado que podríamos denominar postbélico, esto es, de superación (como, de hecho, parece haberla superado la propia Europa) de la fase histórica de las guerras de religión[21] y porque los cristianos "han tenido y tienen la pretensión de buscar y fundar en amor una comunidad o Iglesia abierta en diálogo a todas las naciones"[22]. Esta privilegiada

17 Cf. J. L. Ruiz de la Peña, *Crisis y apología de la fe. Evangelio y nuevo milenio,* Santander 1995, pp. 324ss. También cf. la perspectiva filosófica en G. Vattimo. *Después de la cristiandad. Por un cristianismo no religioso.* Barcelona 2003. Especialmente pp. 107-117.

18 J. Ratzinger. *Fe, verdad y tolerancia. El cristianismo y las religiones del mundo.* Salamanca 2005, p. 70. La misma idea late en los textos recogidos en *Ser cristiano en la era neopagana.* Madrid 1995.

19 "(...) de la configuración que lo divino haya tomado frente al hombre, de la relación declarada y de la encubierta, de todo lo que permite se haga en su nombre y, aún más, de la contienda posible entre el hombre, su adorador, y esa realidad; de la exigencia y de la gracia que el alma humana a través de la imagen divina se otorga a sí misma", M. Zambrano, *El hombre y lo divino,* México 1986, p. 27.

20 Rechazamos, en este sentido, todos los argumentos relativos a la guerra o choque de civilizaciones. Si algo ha demostrado la globalización, pese a todos los problemas que pueda contener en su seno el multiculturalismo (entre ellos los todavía inevitables brotes xenófobos de los que hemos podido ver algunos ejemplos en el 2005 en Europa a la hora de votar el tratado Constitucional), es que miembros de diferentes culturas o civilizaciones (conceptos que ya de por sí se hallan altamente diluidos y difuminados en nuestros días) están perfectamente preparados para convivir pacíficamente. Cf. el reciente análisis de F. Vallespín, "Alianza de civilizaciones", en *Claves* 157 (noviembre 2005) pp. 4-10.

21 J. Habermas, *Tiempo de transiciones*, Madrid 2004, p. 197. El sociólogo Ignacio Sotelo, quien recientemente parecía desdeñar lo que denomina "el principio del amor" (*El País,* 30-x-05) manifestaba, sin embargo, en 1992, que "la crítica ilustrada de la religión ha puesto de manifiesto el hecho fundamental de que los principios de libertad y de igualdad sobre los que se levanta nuestra cultura, en último término se fundamentan en el mensaje de Jesús de Nazareth. Cabe suponer un mundo sin religión, tal vez caminemos hacia él, pero difícilmente imaginar los costos que ello implicaría", I. Sotelo, "La religión persistente y coexistente", en *Claves* 23 (junio 1992) pp. 56-63, 63.

22 X. Pikaza, "Instituciones monoteístas. Las religiones como experiencia de comunicación", en M. Álvarez Gómez (ed.), *Pluralidad y sentido de las religiones,* Salamanca 2002, pp. 145-166, 150. Además, "*los cristianos* vinculan la presencia de Dios y la comunidad universal al *diálogo de amor* entre los hombres, partiendo del testimonio de Jesús a quien mataron las autoridades del sistema porque daba palabra a los pobres y excluidos", *ib.*, p. 165. Para un mayor desarrollo cf., del mismo autor, *Violencia y diálogo de religiones. Un proyecto de paz.* Santander 2004 y *Violencia y religión en la historia de Occidente,* Valencia 2005.

situación en que se halla el Cristianismo ha sido señalada, entre otros, por el filósofo Habermas[23]. Ahora bien, lo que se pretende aquí es responder a la pregunta de cómo deben conjugarse hoy un concepto general como el de Comunicación y una religión concreta e individual (aunque de proyección universal) como el Cristianismo. No es fácil, sin embargo, definir lo que es la Comunicación. Armand Mattelart ha llamado la atención sobre los problemas de la polisemia del vocablo, según él "a caballo entre el campo del ocio y el del trabajo, lo espectacular y lo cotidiano"[24].

En relación con lo que se trata aquí, la Comunicación tiene una faceta "informativa", que es la que ha generado una de las profesiones con mayor proyección en los últimos siglos, y en la que destaca, ante todo, su función de bisagra en el seno de las sociedades en un momento en que el periodista, o comunicador en general, representa como nadie al gestor de la información. Ahora más que nunca, incluso, ante la nueva y masiva distribución de la información que supone la puesta en práctica de forma general de las nuevas tecnologías "la profesión de periodista seguirá siendo un oficio en la medida que supone, ante todo, el análisis de la información en bruto"[25]. Además, la selección se convierte en un aspecto de vital importancia en un contexto de producción informativa empresarial oligopólico[26] no sin consecuencias y ante un público, por un lado, cada vez más crítico, pero a la vez, por otra parte, constituido por un conjunto de receptores convencidos de ser más libres por el mero hecho de seleccionar los temas de su propio interés[27]. Con frecuencia se olvida que el sistema más común de

23 "En Occidente el cristianismo no sólo ha hecho realidad las condiciones de partida cognitivas adecuadas para la formación de las estructuras modernas de la conciencia, sino que ha favorecido también aquel tipo de motivaciones que constituyeron, en su momento, el gran tema de las investigaciones de Max Weber sobre ética de la economía. (...) El universalismo igualitario del que proceden las ideas de libertad y convivencia solidaria, de configuración autónoma de la propia vida y emancipación, de una moral anclada en la conciencia individual, de los derechos humanos y de la democracia, es un heredero directo de la ética judía de la justicia y de la ética cristiana del amor. (...) Y a esto sigue sin haber en la actualidad otra alternativa", J. Habermas, *Tiempo de transiciones*, *o.c.*, p. 189. Sobre la relación de este filósofo con el Cristianismo, cf. L. Rodríguez Duplá, "El diálogo entre fe cristiana y razón secularizada: el 'caso Habermas'", en *Estudios trinitarios* 39 (2005) pp. 93-102.

24 A. Mattelart, *La comunicación-mundo, o.c.*, p. 275. Sobre el carácter de "comodín" del concepto, cf. F. Bermejo Acosta, "La comunicación en las definiciones de nuestro tiempo", en G. Pastor Ramos et al. (eds.), *Retos de la Sociedad de la Información. Estudios de Comunicación en honor de la dra. María Teresa Aubach Guiu,* Salamanca 1997, pp. 393-401. Cf. también A. Ford, "Comunicación", en C. Altamirano (dir.), *Términos críticos de sociología de la cultura,* Barcelona 2002, pp. 21-25.

25 H. Isomura, "¿Qué futuro para los medios de comunicación", en J. Bindé, *Claves para el siglo XXI, o.c.*, pp. 303-306, 304-305.

26 Aunque algo atrasado ya, pero significativo aún, cf. E. Frattini - Y. Colías, *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia,* Madrid 1996. Sobre el actual poder económico de los medios, cf. D. de Moraes, "El capital de los media en la lógica de la globalización", en D. de Moraes (coord.), *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder, o.c.*, pp. 145-169, y, con unas connotaciones más políticas, M. Hardt - A. Negri, *Imperio,* Barcelona 2005, p. 323.

27 Para los ingenuos, que todavía los hay, cf. el revelador texto de P. Fernández Beites, "Sobre la reducción de la comunicación humana a mera estimulación", y, quizás, su probable (¿o ilusorio?) antídoto

comunicación se basa en la palabra, instrumento privilegiado al servicio del proceso comunicativo. El lenguaje es "metáfora en el sentido de que no sólo acumula, sino que también transmite experiencia de una forma a otra"[28] y de ahí su capacidad y esencialidad en el fenómeno comunicativo. Esta relación y dependencia viene de hace mucho tiempo y se diluye, incluso, en la noche de los tiempos, pues la comunicación no es sino uno de los elementos que permitieron el salto de nuestra especie a un grado decisivo de hominización[29]. No hablamos, pues, de una contingencia[30] ni de una posibilidad sino de una relación necesaria y, por otro lado, inevitable a todas luces si echamos una mirada a la historia de la Iglesia.

2.1. El pasado: evangelizar como acto de comunicación

Durante siglos la Iglesia ha sabido servirse como cauce del anuncio de los dos principales medios de comunicación existentes: los libros y el arte. Aún hoy buena parte del patrimonio artístico de Occidente habla cristiano: miles de inmaculadas, anunciaciones, crucificados, etc. continúan en pleno siglo XXI emanando de sus lienzos, mármoles o frescos buena parte del mensaje evangélico que los inspiró e impregnó de sentido cuando fueron concebidos. No se trata, por tanto, de algo nuevo para el Cristianismo, sino más bien de lo contrario. Toda la historia del Pueblo de Israel es un diálogo entre Dios y el hombre. Desde las tradiciones que conformaron el *Pentateuco* hasta las cartas neotestamentarias, la *Biblia* es fruto de un tipo de comunicación basada en la transmisión de una fe.

mediante lo que los psicólogos denominan la reactancia, cf. G. Pastor Ramos, "Autodeterminación personal frente a la seducción mediática", ambos en G. Pastor Ramos et al. (eds.), *Retos de la Sociedad de la Información, o.c.*, pp. 403-411 y 57-75, respectivamente. No entraremos en algo de cuyo peligro ya advirtiera el propio Orwell en su novela *1984* hace medio siglo, pero sí al menos señalar el peligro existente en ese autoengaño de los propios ciudadanos ante la información recibida, en absoluto inocente. Si los nuevos hábitos van a transformar o no la función que los medios llevan ejerciendo a lo largo de los últimos siglos como canal de control ideológico al servicio del poder (Cf. J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública,* Barcelona 2002, en especial pp. 209-260; y, más recientemente, G. Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida, o.c.*, pp. 65-102; y T. Eagleton, *Ideología. Una introducción,* Barcelona 2005, pp. 57ss.) es algo que aún está por ver, pues "pese a que se nos asegure la que Isaiah Berlin llama 'libertad negativa', o sea, en nuestro caso específico, la 'ausencia de interferencia' en el uso de la red, la efectiva probabilidad de disfrutar de dicha libertad es mínima", T. Maldonado, *Crítica de la razón informática, o.c.*, p. 20.

28 H. Marshall McLuhan. *La galaxia Gutenberg. Génesis del "Homo typographycus",* Barcelona 1985, p. 12.

29 Los entierros más antiguos conocidos, localizados en el yacimiento denominado la Sima de los Huesos, en la sierra de Atapuerca, son de aproximadamente 300.000 años. Y como manifiesta uno de los responsables de los hallazgos, Eudald Carbonell, "precisamente el hecho de que ya tuvieran entierros es una de las pruebas que indican que ya tenían lenguaje", J. Corbella - E. Carbonell - S. Moyà - R. Sala, *Sapiens. El largo camino de los homínidos hacia la inteligencia,* Barcelona 2000, p. 95.

30 "La comunicación –ha escrito el cardenal Martini– no es una actividad opcional: sin ella no hay existencia ni desarrollo", C. M. Martini, *Comunicar a Cristo hoy,* Salamanca 1998, pp. 149-150.

El *Nuevo Testamento* se debate entre, por un lado, la "buena nueva" que son los *Evangelios* y cuyo origen y objetivo es transmitir el mensaje de Jesús a los distintos pueblos de la tierra y, por otro, las cartas paulinas y apostólicas, elemento éste altamente significativo de la transmisión en el mundo clásico y modelo intelectual que se repetirá en el seno de la Iglesia durante siglos. La alta Edad Media verá florecer toda una serie de autores preocupados por esta comunicación de la Iglesia con la sociedad que cristalizará en lo que ya constituía una tradición literaria desde hacía siglos: el género de la predicación. Ahora bien, símbolo de una verdadera preocupación cultural e intelectual y del deseo de conectar mejor con la nueva sociedad europea que se gestaba ya en el s. XII es el hecho de traspasar los meros fundamentos bíblicos para asimilar e incluso asumir el acervo cultural clásico y llegando en concreto, en ocasiones, hasta las enseñanzas de la retórica, puestas así al servicio de una comunicación cristiana eficaz[31].

Anunciar, evangelizar, transmitir, llevar la buena noticia,... son todos sinónimos de comunicar y explican, a la vez que demuestran, que el Cristianismo ha hecho de la comunicación su bandera desde los inicios[32]. Sin embargo, algo ha ralentizado este proceso en los últimos dos siglos y filósofos y pensadores de todo signo llevan décadas analizando esta cuestión[33]. Podría decirse que la multiplicación de los emisores ha reducido el ancho de banda y el eco de los grandes mensajes ha dejado paso a una algarabía relativista. Pero como escribiera Papini, "cada siglo tiene su lenguaje, sus apetitos, sus sueños, sus problemas"[34], y es probablemente la directa dependencia que la comunicación de la Iglesia ha tenido desde antiguo con la tradición oral lo que ha incidido de un modo rotundo en el alejamiento de la eficacia de los procesos comunicativos de las últimas décadas del modelo de comunicación cristiano[35]. No es casualidad que, en este

31 Cf. A. Alberte González, "Claves para valorar las artes predicatorias medievales", en *Logo, Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación,* (desde ahora, *Logo)* 1 (enero 2001) pp. 19-27. Al fin y al cabo, la Teoría de la Comunicación no es sino "una variedad moderna más amplia de la disciplina antiguamente llamada Retórica", A. López Eire, "Enseñanza y Comunicación", en *Logo* 3 (mayo 2002) pp. 65-102, 65. Es un hecho reconocido por todos: "Es inevitable que una religión misionera –escribe Régis Debray– despliegue los medios que tiene a su alcance. En ese sentido, la Iglesia católica lleva siendo ultramoderna desde el siglo II: el pergamino, la imagen pintada, el legajo, el compendio, la vidriera; 'la Biblia de los idiotas', decía Gregorio VII hablando de la vidriera, no de la televisión", R. Debray, "Un Papa para todos los canales", en *New Left Review* 33 (julio/agosto 2005) pp. 125-126.

32 Para una breve síntesis, R. Prat i Pons. *La misión de la Iglesia en el mundo. Ser cristiano, hoy.* Salamanca 2004, pp. 47-61.

33 Sigue mereciendo la pena asistir al debate con H. Küng, *¿Existe Dios? Respuesta al problema de Dios en nuestro tiempo,* Madrid 1979. Cf. también N. Alcover. "Los MCS en la experiencia histórica de la Iglesia", en D. Borobio - J. Ramos (eds.) *Evangelización y medios de comunicación,* Salamanca 1997, pp. 19-31.

34 G. Papini, *Cartas del papa Celestino VI a los hombres,* Madrid 1957, p. 68. Cf. AN 8.

35 "La gran revolución en la mediación tecnológica en relación con los discursos oratorios es la que han supuesto los medios de comunicación relacionados con la oralidad, concretamente la radio y la televisión, con la incorporación en ésta de lo visual". T. Albadalejo, "Retórica, tecnologías y receptores", en *Logo* 1 (enero 2001) pp. 9-18, 11. El fenómeno de los telepredicadores en los Estados Unidos es una clara mues-

contexto de creciente relevancia de la comunicación de masas, una religión tradicional como el Cristianismo, cuyos modos de comunicación y transmisión se basaron, en gran medida, en la relación personal que tenían los sacerdotes a través de las unidades administrativas y geográficas que eran las parroquias, se esté viendo relegada a un claro descenso de la cantidad de sus miembros en un mundo global en el que la comunicación se hace a través de macrocanales a distancia como son los medios audiovisuales[36]. No se trata, sin embargo, de algo que deba preocupar en sí. El verdadero problema para el anuncio de la fe sería el de dejarse seducir por el funcionamiento de los medios, pues "la experiencia de la fe no se hace en forma de espectáculo o por medio de la palabra artificial, sino de modo simbólico, concreto"[37].

2.2. El presente: comunicar como acto de evangelización

Sea cual sea la época, la evangelización sigue siendo "la dicha y vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda"[38], y lo que en otras épocas pudo ser más o menos difícil es, en este siglo XXI, una tarea prometeica ante la excesiva oferta de comunicación que inunda y desborda nuestra sociedad. Hasta el punto de que la Iglesia debe comunicar, también, desde los medios de comunicación[39], pues si ya es difícil hallar sitio dentro de ellos y hacerse oír, más aún

tra de cómo crece la audiencia y la distancia a la que llega el mensaje de un determinado grupo religioso en la medida en que son asimilados los cambios tecnológicos. Como manifiesta Albadalejo, "la tecnología en la que se fundamentan los medios audiovisuales de comunicación constituye una prótesis comunicativa y es una interposición entre el orador y los receptores en el canal de emisión-recepción; puede determinar la construcción del discurso en la medida en que condiciona su comunicación. La mediatez que proporciona la tecnología de la transmisión impide que el orador lleve a cabo un control del auditorio como el que realiza en ausencia de esta tecnología", *ib.*, pp. 13-14.

36 Un ejemplo de los nuevos modos de anunciar en J. Martínez de Toda y Terrero, "Evangelizar por televisión", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo, o.c.,* pp. 551-566. Y en los últimos años, en otra faceta de esta "adaptación" a la comunicación del s. XXI, las ventas de libros religiosos de confesión evangelista se han incrementado de un modo espectacular muy por encima de las de otros credos cristianos. Cf. L. F. Winner, "Why Don't Catholics Buy More Catholic Books?", en *Publishers Weekly* 30 (May, 2005) pp. 28-30.

37 J.M. Lustiger, *La elección de Dios*, Barcelona 1989, p. 358. De un modo similar lo expresó Julián Marías al escribir que "si la religión se disfraza de cualquier interés temporal, está perdida", J. Marías, *Problemas del Cristianismo,* Madrid 1979, p. 122.

38 EN 14 y 40. AN 11. "En el mundo contemporáneo el gran reto a la evangelización es la mediación del saber ser. Este reto consiste en una interpelación al Evangelio sobre la capacidad de dar sentido a la vida y a la historia en su peripecia para construir el mundo en la justicia, la verdad, el amor y la paz. La respuesta a esta interpelación es la clave de la evangelización hoy", R. Prat i Pons. *La misión de la Iglesia en el mundo, o.c.*, p. 61.

39 Sobre el papel ocupado por los medios de comunicación en la preocupación y reflexión de la Iglesia y, en concreto, sobre las notables aportaciones del decreto *Inter mirifica* (1963) y las instrucciones pastorales *Communio et progressio* (1971) y *Aetatis novae* (1992), cf. M. Cortés Diéguez, *Los obispos españoles y los medios de comunicación. Relaciones Iglesia-Estado, magisterio y Pastoral,* Salamanca 2002, pp. 147-197. Especial atención merecen, por lo reciente en el tiempo, las palabras a ellos dedicadas por Juan Pablo II en *Ecclesia in Europa*, 63.

lo es estando al margen de ellos[40]. Interesa también señalar cómo, en un mundo en el que tanto cuentan las referencias y los argumentos de autoridad, en el que las jerarquías de opinión constituyen el modelo sobre el que se estructura la sociedad, los modelos y marcos de referencia cristianos apenas cuentan. Se echan de menos alusiones rigurosas, justificadas, claras y directas a los *Evangelios* y otros textos bíblicos por parte de intelectuales y universitarios[41]. El comunicador cristiano no puede ni debe perder de vista determinados presupuestos de su fe a la hora de abordar temas tan candentes en nuestros días como son los relacionados con la emigración, las disparidades económicas, la violencia de todo tipo pero especialmente hacia los más débiles, etc. Ante tales asuntos el comunicador cristiano tiene un referente límpido y ejemplar en las palabras de Jesús, y no sólo como forma coherente de vivir su fe, sino incluso como medio para sostener un mínimo de ingrediente moral en la sociedad.

En este sentido, habría que plantearse si la solución está únicamente en un incremento de formación filosófica y "persuasiva"[42]. Por el contrario, aunque resulta innegable la bondad de la aplicación a la comunicación de elementos claramente laicos y "civiles" (si bien de ningún modo patrimonio único de dichos ámbitos) como la justicia o la ética, los problemas de nuestra sociedad no pueden resolverse sin apelar a otros aspectos de honda raíz cristiana como el perdón (Jn 8,2-11), la solidaridad (Lc 10,29-37) o, sencillamente, el amor (Jn 13,34-35 y 15,12-14; Lc 6,27-38). La idea que aquí se propone supondría el planteamiento de una pastoral más allá de la ética. No obstante, parece claro que, por un lado, la ética "nunca puede ser exiliada"[43] de los procesos comunicativos y, por otro lado, en el panorama geopolítico de nuestros días, no sería inteligente desenten-

40 EN 45. De las dificultades de la empresa, cf. J. Ramos, "Pastoral de la Comunicación", en D. Borobio - J. Ramos (eds.) *Evangelización y medios de comunicación*, *o.c.*, pp. 137ss.

41 La situación es tal que, como manifiesta el Cardenal P. Paupard, "ya no se acude al periodista, al pensador, en definitiva a la persona, sino al medio mismo, para la presentación aséptica de una noticia por parte de un locutor anónimo que encuentra crédito inmediatamente. Ya no creemos a la persona cuya veracidad la hace acreedora de autoridad, sino que nos apoyamos en el medio mismo que se eleva de esta manera a categoría personal. Se ha producido así un deslizamiento de una categoría eminentemente personal, como es la confianza, que no lo olvidemos es de la misma raíz que la palabra fe, del hombre al medio, de la persona a la cosa", G. Pastor - Mª R. Pinto - A. L. Echeverri (coords.), *Cultura y medios de comunicación*. Salamanca 2000, pp. 19-27, p. 23.

42 A. Greppi, "Aplicar la ética a la comunicación social", en *Claves* 128 (diciembre 2002) pp. 38-45, p. 43. El papel de la educación, aunque no es el tema de estas páginas, sin embargo, es, una vez más, fundamental, hasta el punto de que permite mostrarse excesivamente benevolente con los medios a G. Lipovetsky, *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa,* Barcelona 2003; cf. también A. Jacquard - P. Manent - A. Renaut. *¿Una educación sin autoridad ni sanción?* Barcelona 2004; y M. González Sánchez - J. M. Muñoz Rodríguez. "La formación de ciudadanos críticos. Una apuesta por los medios", *Teoría de la Educación* 14 (2002) pp. 207-233. Sobre la utilización crítica de los medios, cf. J.M. Lustiger, *La elección de Dios*, *o.c.*, pp. 357ss.

43 J.R. Flecha Andrés, "Valores éticos y comunicación en un mundo plural", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo, o.c.*, pp. 539-550, 549.

derse de un elemento que subyace a las principales religiones, y que ha sido notablemente ensalzado en los últimos años como posible solución a los conflictos internacionales de carácter religioso[44]. Pero la solución a los problemas que plantean hoy los medios no está sólo en la ética, pues pese al auge y la exaltación de la deontología, sabido es que no se trata de un valor al uso en nuestra sociedad y, por tanto, apenas si los códigos deontológicos sirven para algo más que guardar las apariencias[45]. Sólo un código ético fundamentado desde la perspectiva cristiana (y en valores como la verdad, la libertad y la fraternidad cristianas[46]) puede suplir esa necesaria carga de virtud observada desde la fe[47]. Resulta evidente que el contexto mediático vigente no es un caldo de cultivo apropiado para los valores que transmite la comunicación cristiana. El profesor y magistrado Marino Barbero analizaba hace algunos años numerosos ejemplos de la intrusión y entrometimiento de los medios en campos de la sociedad que deberían hallarse al amparo de este trato meramente mercantil por parte de quienes deberían sólo informar y, sin embargo, acusan e incluso juzgan morbosamente[48]. Frente a dichas limitaciones del componente ético, el elemento cristia-

44 Cf. H. Küng, *Proyecto de una ética mundial,* Madrid 1991; H. Küng - K.J. Kuschel, *Hacia una ética mundial,* Madrid 1994, y, más recientemente y con una mayor concreción de datos, H. Küng, "Europa und die Herausforderung des Islam" ["Europa y el desafío del Islam"], en *Pliegos de Yuste. Revista de cultura y pensamiento europeos* 3 (2005) pp. 57-62.

45 La razón de tal invalidez la ha mostrado perfectamente Rodríguez Duplá al señalar las existentes entre la ética clásica o general, basada en el concepto de virtud, y la deontología periodística o ética especial, menos evolucionada por su carácter más moderno y que atañe sólo a un grupo específico de personas, los comunicadores. La ética moderna ha hecho de la norma su principal elemento de actuación pero, claro está, "el conocimiento de las normas no garantiza su cumplimiento", mientras que "el virtuoso no es simplemente un hombre que conoce un conjunto de reglas y está acostumbrado a respetarlas. Posee también una peculiar lucidez que le hace capaz de sopesar los rasgos moralmente relevantes de cada situación y reconocer la conducta adecuada en cada coyuntura", L. Rodríguez Duplá, "Ética clásica y ética periodística", en E. Bonete Perales (coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo,* Madrid 1995, pp. 65-80, 72-73. A partir de aquí, el propio contexto de los medios de comunicación no hace sino agravar la situación.

46 Sobre esta perspectiva, cf. J.R. Flecha Andrés, "Ética cristiana, medios de comunicación y responsabilidad del periodista" en E. Bonete Perales (coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo, o.c.*, pp. 87ss.

47 Para una correcta matización de esta perspectiva merece leerse el bello libro de J.R. Flecha Andrés, *Vida cristiana, vida teologal. Para una moral de la virtud.* Salamanca 2002.

48 Cierto que esto entra de lleno en el ámbito de la deontología y de los problemas que supone el traspasar dichos límites (aunque, en realidad, lo que pone de manifiesto es la carencia efectiva de los códigos deontológico y la vulnerabilidad de la ley), pero no por ello es menos clarificador el hecho de la necesidad de otra forma de comunicar en la sociedad actual: "La sustitución de una democracia 'demostrativa' fundada sobre la reflexión, el reencuentro, el diálogo, por una democracia 'mostrativa' fundada sobre actos reflejos, la soledad, la estupefacción, el primado del presente impuesto por los medios de comunicación radiofónicos (las conocidas tertulias) y, en especial, la televisión, produce la muerte de la verdadera democracia", M. Barbero Santos, "Medios de comunicación y proceso penal", en M. Barbero Santos - Mª.R. Diego Díaz-Santos (coords.), *Criminalidad, medios de comunicación y proceso penal,* Salamanca 2000, pp. 131-156, 139. Por otra parte, y a pesar del auge de la Ética, en los últimos lustros hemos asistido a cómo a mejores propuestas teóricas la realidad ha respondido con resultados calamitosos con los cuales el tiempo y los hechos que conforman la actual situación de nuestra sociedad muestran que la implantación de los códigos deontológicos tienen serias limitaciones (cuando no una seria incapacidad: las violaciones de tales códigos son continuas) fren-

no aparece como algo personal que no puede ser impuesto por empresa alguna y, por ello, libre de ejercerse por cada comunicador dando paso a un paisaje en el que, en palabras de Julio Ramos "el diálogo clarificador y la creatividad pastoral tienen que superar esta ruptura desde esquemas educativos y pedagógicos que puedan ser base de un proceso evangelizador"[49].

3. EL FUTURO: HACIA UNA PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN.

Habría, por un lado, una religión universal con posibilidades de ejercer un papel de mediador o puente entre los conflictos internacionales y, por otro, una profesión, la de comunicador, cuyo papel se torna axial en el mundo globalizado y dependiente de la propia comunicación merced a la hiperinformatización de las sociedades actuales. Asumido que el futuro exige otras prácticas de comunicar con la coherencia ética que implica el Cristianismo, es el momento de definir cuál habrá de ser el edificio que los comunicadores cristianos deberán diseñar y crear. Porque si difícil es ya de por sí encarar los problemas geopolíticos y económicos del mundo actual, más lo es aún para el comunicador creyente en un contexto sociológico[50] que incrementa las dificultades para la mirada cristiana aunque, por esa misma razón, sea cada vez más necesario ver con los ojos del *Evangelio* qué ocurre en el mundo en que vivimos para llevar a cabo una correcta evangelización[51]. Una combinación potencialmente eficaz y de vital importancia dado el papel que, como ya se ha señalado, juegan hoy la comunicación y la necesidad de diálogo en el mundo[52], aunque haya, por

te a los intereses del poder ideológico y económico que controla las empresas de comunicación. Entre otras propuestas, todas conscientes de las dificultades, cf. M. Saavedra, "La ética televisiva y los derechos del público", en *Claves,* 44 (julio/agosto 1994), pp. 42-49; A. Cortina, "Ética empresarial y opinión pública", en *Claves* 56 (octubre 1995) pp. 48-55; R. Toscano, "Interrogantes éticos sobre la globalización", en *Claves* 86 (octubre 1998) pp. 43-48; H. Aznar, "La influencia cultural de los medios y el papel de la autorregulación", en G. Pastor - Mª R. Pinto - A.L. Echeverri (coords.), *Cultura y medios de comunicación, o.c.*, pp. 204-218, y *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios,* Barcelona 1999; P. Diezhandino - J.M. Marinas - N. Watt (eds.), *Ética de la comunicación: problemas y recursos,* Madrid 2002. Un buen acercamiento de conjunto a la relación en nuestra historia reciente del triángulo ética, religión y sociedad es la obra de O. González de Cardedal, *España por pensar. Ciudadanía hispánica y confesión católica,* Salamanca 1984.

49 J.A. Ramos Guerreira, "La religiosidad popular y la acción pastoral de la Iglesia", en J.A. Ramos - M.A. Pena - F. Rodríguez (eds.), *La religiosidad popular. Riqueza, discernimiento y retos,* Salamanca 2004, pp. 155-176, 171.

50 Cf. como estudios ya clásicos pero oportunos y aún válidos, L. González-Carvajal, *Ideas y creencias del hombre actual,* Santander 1991 y *Evangelizar en un mundo postcristiano,* Santander 1993; J.L. Ruiz de la Peña, *Crisis y apología de la fe. Evangelio y nuevo milenio, o.c.*

51 "En toda acción de la Iglesia hay un componente de reflexión, aunque ciertamente algunas veces sea implícita, que la ha generado y que le ha marcado su objeto y su finalidad", J.A. Ramos Guerreira, *Teología pastoral,* Madrid 1995, p. 9; cf. de modo especial pp. 5-207. También R. Prat i Pons, *Tratado de Teología pastoral. Compartir la alegría de la fe.* Salamanca 2005, pp. 37-273.

52 De hecho, la comunicación "se ha vuelto demasiado importante para el porvenir de las relaciones entre las culturas, como para seguir retrasando su reapropiación por parte de la ciudadanía", A. Mattelart, *La comunicación-mundo, o.c.*, p. 278.

otra parte, que tener en cuenta que nunca ha sido fácil que los hombres oigamos la Palabra de Dios[53]. Sin embargo, y ante lo expuesto hasta aquí, la necesidad de una Pastoral de la Comunicación[54] eficaz debe sobreponerse a las dificultades con las que hoy se encuentra la Iglesia en esta misión.

En otro orden de cosas, y desde un punto de vista económico o empresarial, si nos dejamos llevar por la confusión del contexto mediático en que vivimos, podríamos confundir lo que entendemos por Pastoral de la Comunicación y lo que cabría esperar de ella. Quede claro, en este sentido, que la comunicación cristiana no debe regirse sólo (quizás ni siquiera) por las leyes de la economía capitalista en que se enmarca actualmente el mundo de la comunicación por esencial que sea la economía para el mantenimiento de una empresa[55]. Hablamos, entonces, de una acción pastoral entendida, no como una mera acción de poner los medios de comunicación al servicio de la Iglesia o de unos colectivos cristianos determinados, sino de hacer de los instrumentos de la comunicación elementos al servicio de Dios y su Palabra, es decir, que contribuyan a hacer realidad el Reino de Dios en la tierra. En este contexto conviene recordar la pregunta que se hace Julio Ramos al hablar de la presencia y la mediación como formas de estar presente la Iglesia en el ámbito de la comunicación: "¿Debe haber una información cristiana o debe haber cristiano en la información?"[56], a la que él mismo responde al manifestar la pertinencia de ambas vías. Sin embargo, a la hora de plantear una Pastoral de la Comunicación, no se trata tanto de una acción que deba llevarse a cabo de modo colectivo como de una personal toma de postura por parte de cada uno de los profesionales cristianos que formamos parte del

53 Hasta tal punto que, ni cuando fue el mismo Cristo quien lo hacía, le fue sencillo comunicarse con sus contemporáneos Los *Evangelios* están repletos de ejemplos aunque el prólogo joánico es altamente significativo de esto, sobre todo por el "enfriamiento" cronológico con el que se redacta. Cf. también M. Henry, *Palabras de Cristo,* Salamanca 2004. Muy especialmente pp. 131-143.

54 Es sabido que la Teología Pastoral ha ido evolucionando a medida que nuevos atributos se le sumaban a sus competencias teóricas. Así, a mediados del siglo XIX se empezó a hablar de *teología práctica*, en consonancia con la existencia, desde el principio, de una clara preocupación en la Teología Pastoral por su aplicación práctica, esto es, por ver una consecución de los logros teológico-pastorales a corto o medio plazo. En este sentido, sin duda alguna, los medios de comunicación constituyen hoy una pantalla sobre la que proyectar sus objetivos. Pero a la vez no debe olvidarse que si la Teología Pastoral tiene entre sus objetivos el de ayudar a sacerdotes y creyentes laicos en su tarea diaria, una parte esencial de dicha formación y, por tanto, de dicha "ayuda", deberá encaminarse a la comprensión del entorno mediático o comunicacional en que vivimos y que condiciona todas nuestras actividades, entre ellas, por supuesto, todo tipo de pastoral, ya que los medios constituyen, cual posmodernos sentidos cartesianos, el filtro por el que conocemos la realidad que nos rodea. Cf. sobre esto, R. Prat i Pons, *Tratado de Teología Pastoral, o.c.*, pp. 249-273.

55 No son criterios de rentabilidad económica, o sociopolítica los que configuran la definición de Pastoral de la Comunicación que aquí se defiende sino los mismos parámetros por los que se rige la propia relación entre el creyente y Jesucristo: "Jesús no sólo enseña, sino que, a la vez, es modelo personal, pero sobre todo es el que se deja sentir presente y crea una nueva forma de existencia desde la comunicación con él, o sea, crea comunidad". O. González de Cardedal, *Jesús de Nazaret. Aproximación a la Cristología,* Madrid 1975, p. 531.

56 J. Ramos, "Pastoral de la Comunicación", *o.c.*, p. 143.

entramado de los medios en nuestra sociedad[57]. Ahora bien, ¿cuáles han de ser los principios que orienten o enmarquen este tipo de pastoral, tan necesaria como hemos visto en la sociedad?

4. ELEMENTOS CONCRETOS DE UNA PASTORAL DE LA COMUNICACION

Varios son los elementos o instrumentos que se requieren para hacer visible en el mundo actual la Pastoral de la Comunicación que proponemos. A continuación bosquejaremos una serie de directrices teóricas basadas en lo que consideramos que son los elementos constituyentes del basamento de una pastoral comunicativa eficaz que aquí ahora se pergeña e intuye a la luz del recuerdo y el homenaje a nuestro querido compañero Julio Ramos.

4.1. Un uso evangélico de la palabra

Toda Pastoral de la Comunicación que desee ser eficaz deberá, ante todo, preocuparse por el uso de la palabra[58]; ella es activo principal del comunicador y de especial importancia para el cristiano. Si no hablamos bien ¿cómo vamos a comunicar bien? Pero ya no sólo se trata de una cuestión de capacidad y de corrección sino, incluso, de intención. Si malo es desconocer la lengua peor aún es manipularla; conocerla para hacer un mal uso consciente de ella y convertirla, mediante un uso equivocado, en arma ideológica. La prostitución a que determinadas palabras, y la lengua en general, han sido sometidas en momentos cruciales de la reciente historia europea debería mantenernos alerta en este sentido[59]. De todas las vejaciones a que puede someterse a la palabra una de las peores es, sin duda, la de utilizarla, precisamente, para aquello opuesto a lo que es su razón de ser. Convertirla en medio para incomunicar es, así, desde un punto de vista simbólico, una aberración semejante a utilizar nuestras manos para

57 Desde la opinión en los propios medios hasta la enseñanza en facultades, pasando por la realización o producción de programas, la redacción de noticias, etc. Dicho con otras palabras: "El profesional cristiano, puede valerse de las mediaciones que el mundo mismo utiliza para su autoconstrucción y hacer de ellas objeto de la evangelización y medio de la misma, no por transmitir la palabra de la Iglesia, sino por hacer que el compromiso de la fe transforme la realidad de la comunicación haciendo de ella un servicio al hombre", J. Ramos, "Pastoral de la Comunicación", *o.c.*, p. 144.

58 Pues, como acertadamente ha escrito Laín Entralgo, "quien habla, llama, dice y nombra, y según estas tres líneas modifica al que le oye y se modifica así mismo. Después de haber hablado, ya no somos exactamente como éramos", P. Laín Entralgo, "Hablar y callar", en *Boletín de la RAE*, t. 74, cuad. 263 (1994) pp. 453-465, 457.

59 Sobre esto cf. A. López Quintás, *Estrategia del lenguaje y manipulación del hombre*, Madrid 1979, y un resumen del mismo en "La manipulación del hombre a través del lenguaje", en G. Pastor - Mª R. Pinto - A. L. Echeverri (coords.), *Cultura y medios de comunicación*, *o.c.*, pp. 49-64. He tratado el tema concreto de la relación entre la palabra y el Holocausto en "Las sílabas del desamparo", en *Pliegos de Yuste. Revista de Cultura y Pensamiento europeos*, 4 (2005), pp. 35-48.

matar o destruir, cuando su cometido biológico, desde el momento en que se alzaron para despegarse ya por siempre del suelo fue, por el contrario, el de ayudar a mantener la vida sobre la tierra. El comunicador, lejos de ser ingenuo ante el poder, deberá tener en cuenta las preguntas que Salvador Crespo cree conveniente hacerse ante cualquier discurso hoy en día: aquéllas "que permitan desvelar sus intenciones y sus objetivos, como, por ejemplo: ¿qué es lo que dice?, ¿qué implica o presupone lo que dice?, ¿qué es lo que (debería decir pero) no dice?, ¿qué es lo que oculta (o intenta ocultar), ¿a quién o a quiénes va (realmente) dirigido? (pues no siempre los oyentes presentes son los destinatarios últimos del mismo), ¿qué es lo que intenta (realmente) conseguir?"[60].

Por otro lado, González de Cardedal ha escrito que "una generación que no recrea las palabras se anquilosa hasta la muerte, porque dejarán de ser elocuentes"[61]. Precisamente es dicha elocuencia la que el comunicador cristiano debe encaminar hacia lo que el *Evangelio* nos pide. Se utilizaría así el lenguaje en el sentido habermasiano de un medio de comunicación al servicio del entendimiento[62] y en el que el comunicador se dejase llevar por las máximas de Grice[63]. Al fin y al cabo, la Pastoral de la Comunicación implica ejercer el acto de la mediación como un acto verdaderamente humano pero puesto al servicio del anuncio de Dios entre los hombres. No en vano, diferencia al hombre del resto de los animales sobreponerse a la competitividad violenta de lo biológico mediante el recurso del habla y el lenguaje (y la comunicación es su consecuencia o apéndice sociológico). El uso incorrecto de la palabra, por el contrario, hasta cotas insospechadas en una sociedad como la nuestra que ha hecho del eufemismo un auténtico ídolo al que venera y reverencia, actúa también como una bisagra en la cadena de los problemas que acosan a nuestro tiempo. De ahí la urgencia de que los comunicadores demos un trato distinto a la palabra pues, por una parte, su adulteración conlleva "otras impunidades, jurídicas, económicas, políticas"[64], pero no es menos cierto que, por otro lado, es probable "que la perversión del lenguaje no sea más que el síntoma de otra perversión de más profundas implicaciones: la del punto de vista"[65].

60 S. Crespo Matellán, "La Retórica en la era de la globalización", *Logo* 6 (junio 2004) pp. 31-45. 41.

61 O. González de Cardedal, *La palabra y la paz. 1975-2000,* Madrid 2000, p. 242.

62 Cf. J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa,* vol. I. *Racionalidad de la acción y racionalización social,* Madrid 2003, p. 144.

63 *Ib.*, p. 144. Esta teoría de Habermas a la que nos hemos referido ya en varias ocasiones, la de la acción comunicativa, sobre la necesidad y directa dependencia de que se den una serie de elementos imprescindibles para que la comunicación sea (y contribuya a la) comprensión entre las personas (y, por extensión, a las culturas o civilizaciones), ha sido continuada, entre otras obras, en *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*, Barcelona 2002, y también la trató, en su vertiente más relacionada con la ética comunicativa o discursiva, en *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona 1985, especialmente pp. 110ss.

64 J. Marías, "La verdad os hará libres", *ABC*, 21-II-2002. Cf. también O. González de Cardedal. "El secuestro semántico", en *La palabra y la paz, o.c.*, pp. 241-246.

65 J. Mª Ridao, *La paz sin excusa. Sobre la legitimación de la violencia,* Barcelona 2004, p. 13.

4.2. El otro como parte de uno mismo

La lucha a favor del prójimo y de la justicia ha sido una de las más difíciles de ganar por el pensamiento civilizado en los últimos siglos: *"el* tú *frente a los poderes dominadores del* yo*"*[66]. Los poetas, sin embargo, lo saben desde siempre. Lo expresó bellamente hace años, desde otras latitudes geográficas y literarias, el coreano Ko Un en un poema relampagueante, "La otra orilla", que decía: ¿Puedo vivir / sin ti?"[67]. Y, de modo semejante, los mil años recorridos por la comunicación cristiana culminan allí donde "se asumen y despliegan" dos de sus rasgos definitorios y que la relacionan directamente con el prójimo: la gratuidad y la pobreza[68]. Sin embargo en el ámbito de la información, y en el contexto concreto de los medios de comunicación del mundo globalizado, apenas parecen haber calado las teorías a favor de dicho reconocimiento. Como señaló hace 20 años Peter Sloterdijk, "el 'y' es la moral de los periodistas" (...). En los medios, –dice este pensador alemán– "el 'y' no hace efectivamente más que yuxtaponer, crear vecindades", y lo que merece subrayarse especialmente en nuestro caso es que "en esta indiferencia de 'y' frente a las cosas que él yuxtapone yace el brote de un proceso cínico. (...) 'y' no es puro 'y', sino que desarrolla la tendencia a pasar a un 'es igual a' (...) entonces todo es semejante a todo, y todo y cada cosa vale tanto como la otra"[69]. De ahí el drama actual de la comunicación en nuestros días respecto al prójimo. Sloterdijk dedicó unas páginas al periodismo que, lamentablemente, las últimas dos décadas no han rebatido[70].

66 O. González de Cardedal, *El poder y la conciencia,* Madrid 1984, pp. 51-56. Tal esfuerzo, llevado a cabo por intelectuales cristianos, judíos y marxistas, ha permitido vislumbrar la posibilidad de "asumir por fin la tercera reclamación de la revolución francesa: la fraternidad", *ib.*, p. 55. Precisamente, "la fraternidad cristiana se basa profunda y definitivamente en la fe que nos asegura que somos realmente hijos del Padre del cielo y hermanos unos de otros. Tal convicción nos exige ser cada vez mucho más conscientes de la dimensión social de la fe de lo que se ha sido hasta el momento presente", J. Ratzinger, *La fraternidad de los cristianos,* Salamanca 2004, p. 70.

67 K. Un, *Fuente en llamas.* Ourense 2005, p. 150. Dicho por un teólogo: "No podemos ser hombres sin ser prójimos", O. González de Cardedal, "Carta a un periodista amigo", en E. Bonete Perales (coord.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo, o.c.,* p. 334. El propio O. González de Cardedal ha escrito que "de la poesía debe aprender la teología cómo es posible que exista un segundo mundo dentro de este que parece único. Y como los teólogos y poetas viven en colinas cercanas tienen que aprender a contemplar el propio misterio reflejado en el rostro del otro", *Cuatro poetas desde la otra ladera. Unamuno, Jean Paul, Machado, Oscar Wilde. Prolegómenos para una cristología.* Madrid 1996, p. 11.

68 X. Pikaza, "Comunicación de la fe y fe en la comunicación: once tesis y cinco tareas", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo, o.c.,* pp. 572-586.

69 P. Sloterdijk, *Crítica de la razón cínica,* Madrid 2003, pp. 460-461.

70 "Cuando por la mañana salgo a la calle y mudos vendedores me gritan el periódico, me tengo que decidir prácticamente por la indiferencia favorita de ese día: ¿qué elijo, esta muerte o aquella violación, este terremoto o aquel secuestro? (...) como individuo superinformado, registro que vivo en un mundo de noticias hipertrofiado y que ante la mayoría de las cosas sólo puedo encogerme de hombros, ya que mi capacidad de participación, de consternación o de reflexión es relativamente minúscula en comparación con aquello que se me ofrece y que apela a mí", *ib.*, p. 461.

Ésta es, en toda su crudeza, la situación a la que los medios de comunicación nos han enfrentado hoy respecto a problemas esenciales y, muy en concreto, los que atañen al Tercer Mundo. Es característica de la sociedad de la información que los medios efectúen esta labor de opiáceos para la mayor parte de la población del planeta, sustituyendo por ilusiones las carencias de lo imprescindible mediante la uniformización interesada del pensamiento[71]. De un modo más simbólico lo expresaron hace un siglo los versos de Kavafis: "Sin consideración, sin piedad, sin pudor / en torno mío han levantado altas y sólidas murallas. / (...) Cómo no advertí que levantaban esos muros. / No escuché trabajar a los obreros ni sus voces. / Silenciosamente me tapiaron el mundo"[72]. Sin una firme postura ante las informaciones de lo que acontece en estos países resulta difícil que cambie la situación[73]. Basta lo expuesto para percibir lo frágil y vital de este componente de la futura pastoral de la comunicación. Si es cierto que "la información de los medios de comunicación consume lo que utiliza, lo usa y lo desecha"[74], ninguna información tan vulnerable entonces como la que tiene a "los otros" como tema de portada. Desgraciadamente, pocos aspectos de nuestra civilización reflejan tan fielmente como los medios lo que Zygmunt Bauman ha definido como "la modernidad líquida" y que, según él, "es una civilización del exceso, la superfluidad, el residuo y la destrucción de residuos"[75]. Las Bienaventuranzas, sin embargo, fue-

71 "La mayoría de los telespectadores son tristemente conscientes de que se les ha vedado la entrada a las 'festividades' policulturales planetarias. No viven, ni pueden soñar con vivir, en el espacio global extraterritorial en el que reside la élite cultural 'cosmopolita'. Los medios de comunicación proporcionan 'extraterritorialidad virtual', 'extraterritorialidad sustitutiva', 'extraterritorialidad imaginada' a multitud de gente a la que se niega el acceso a la real", Z. Bauman, *Identidad*, Madrid 2005, p. 206. Por otra parte, y como ha señalado Sontag analizando la utilización de las imágenes bélicas por los comunicadores: "Ser espectadores de calamidades que tienen lugar en otro país es una experiencia intrínseca de la modernidad, la ofrenda acumulativa de más de siglo y medio de actividad de esos turistas especializados y profesionales llamados periodistas", S. Sontag, *Ante el dolor de los demás,* Madrid 2003, p. 27.

72 K. Kavafis, *Poesías completas*, Madrid 1988, p. 27.

73 Para una síntesis de las urgencias que requiere el panorama internacional en el escenario posterior a 1989 cf. A. Galindo, "El Cristianismo ante el actual sistema económico mundial", en E. Bonete Perales *et al., Las ideologías al final del siglo. Perspectivas desde el pensamiento cristiano.* Salamanca 2000, pp. 109-127, y Cristianisme i Justicia (AA.VV.). *El neoliberalismo en cuestión.* Barcelona - Santander 1993.

74 J.M. Lustiger, *La elección de Dios, o.c.,* p. 361.

75 Esta metáfora de nuestra más cruda realidad halla su representación en el corazón de la comunicación actual de nuestras sociedades, los *reality shows,* cuya conclusión demoledora es "que, salvo unos cuantos ganadores solitarios, nadie es realmente indispensable; que un ser humano les sirve a otros seres humanos únicamente en la medida en que pueda ser explotado en provecho de éstos; que el cubo de la basura, destino final de los excluidos, es la expectativa natural para aquellos que ya no encajan o que ya no desean ser explotados de semejante forma; que supervivencia es el nombre del juego de la convivencia humana y que la apuesta máxima de la supervivencia consiste en sobrevivir a los demás", Z. Bauman, *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias,* Barcelona 2005, p. 126. Y por si fuera poco lo que Bauman nos desvela acerca de nuestro propio presente más inconsciente nos dice: "Al viejo Gran Hermano le preocupaba la inclusión, la integración, disciplinar a las personas y mantenerlas ahí. La preocupación del nuevo Gran Hermano es la exclusión: detectar a las personas que 'no encajan' en el lugar en el que están, desterrarlas de ese lugar y deportarlas 'al sitio al que pertenecen' o, mejor aún, no permitir que se acerquen lo más mínimo", *ib.*, pp. 168-169.

ron proclamadas hace dos mil años para evitar la exclusión y todas las esclavitudes que ésta conlleva. De ahí que la conjunción del mensaje y la actitud de Jesús a favor de los excluidos del sistema diera lugar al enfrentamiento y al conflicto que le llevan a la muerte (y a la Resurrección que confirma su vida y su muerte)[76]. Hoy la preocupación por el prójimo sigue latente e hiriente en la reflexión de la Iglesia, hasta el punto de pedírsenos a los comunicadores, explícitamente, que denunciemos la situación de quienes sufren[77]. A partir de ahí la comunicación con el otro habrá de reconducirse hacia una situación distinta de la actual. En tal dirección va la acción de la Iglesia, y de manera concreta, por ejemplo, y con carácter crítico, la denominada teología política[78], pero, –como ha manifestado Ratzinger, precisamente en diálogo con Metz– "si sólo nos fijamos en el sufrimiento irremediado, no queda en la propia existencia más que el grito airado y la desesperación. La percepción del sufrimiento sólo nos es posible superarla si en todo padecimiento está presente la compasión"[79].

Así, cuando, en el *Evangelio de Lucas* Jesús pregunta cuál de los tres hombres que pasaban por el camino entre Jerusalén y Jericó "se hizo prójimo del que cayó en manos de los bandidos" (Lc 10,36), estamos ante una de las más bellas metáforas de nuestra lengua y del mensaje evangélico. "Prójimo" viene del latín *proximus* (próximo) y alude a una transformación semántica generada por la transmutación del adjetivo espacial en sustantivo afectivo, que supone la superación, mediante el amor, de las distancias de todo tipo. Pero no sólo eso, pues Lucas pone en boca de Jesús un giro lingüístico que convierte el hábito pasivo del *ser prójimo* en el activo de *hacerse prójimo,* con lo que deposita sobre la conciencia y el deber del cristiano la preocupación por el otro que, como ya previamente figura a continuación de las Bienaventuranzas, no sólo es nuestro próximo afectivamente, sino incluso nuestro enemigo (Lc 6,27). Parecería, por tanto, que acercarse al hermano (sobre todo al que sufre) debería ser pues, por pura definición, tarea primordial de los medios de comunicación. Mucha es la tarea que debe llevarse a cabo a este respecto. Porque no se puede comunicar cristianamente si no es desde el amor[80] y como profetas de las Bien-

76 C. Duquoc, *Jesús, hombre libre. Esbozo de una cristología*, Salamanca 1975.

77 "Que los ricos sepan al menos que los pobres están a su puerta y aguardan las migajas de sus banquetes", *Populorum progressio* (83). Esta importancia de la denuncia, enriquecida con el elemento constructivo que supone el anuncio de la fe, nos la recuerda J. Ramos, "Pastoral de la Comunicación", *o.c.,* p. 147. Sobre la importancia y vigencia de lo que implica este documento aún hoy véanse los estudios a él dedicados en 1967 en el monográfico "Información, desarrollo y libertad", *Nuestro tiempo* 156 (junio 1967), especialmente pp. 648-698.

78 Para una reciente actualización de las tesis de dicha corriente, cf. J. B. Metz, *Dios y tiempo. Nueva teología política,* Madrid 2002.

79 J.B. Metz - J. Ratzinger - J. Moltmann - E. Goodman-Thau, *La provocación del discurso sobre Dios*, Madrid 2001, p. 59.

80 Cf. R. Prat i Pons, *Tratado de Teología pastoral, o.c.,* pp. 501ss.

aventuranzas[81], la preocupación por el otro adquiere en esta pastoral de la comunicación un lugar vertebrador y todo lo que no se comunique con ese enfoque contribuirá a manipular y darle la razón a Eduardo Galeano cuando ironiza con la expresión "medios de incomunicación"[82]. Más aun cuando, precisamente buena parte de la credibilidad del Cristianismo hoy consiste en cómo se posicione ante el otro y ante la falta de solidaridad que divide al mundo en ricos y pobres; en definitiva, "una crisis de la condición humana, de cómo relacionar de manera solidaria a más de seis mil millones de personas como miembros de una *familia*, no como miembros de una *especie* que luchan entre sí de manera darwinista"[83].

4.3. Una verdad sinfónica

Al principio y desde siempre, en todo narrador, el dilema de la verdad. Desde los clásicos hasta nuestros periódicos actuales, una constante en la historia de la comunicación: "Cada hombre me trae impresiones de su mundo, creyendo que lo posee en exclusiva", dice el personaje de fray Mauro en la novela *El sueño de un cartógrafo*[84]. De igual manera el comunicador debe hacer con la información una tarea de verificación similar a la de los antiguos hacedores de mapas: "He de procurar –dice el citado fray Mauro– no dar por supuesto que todo lo que oigo refleja fielmente lo que hay por ahí afuera". Pero por otra parte también, desde Aristóteles, la verdad queda instaurada como elemento imprescindible que regula desde entonces hasta hoy la comunicación en la sociedad[85]. Por tanto, el deseo de verdad se ha manifestado a un tiempo como justificación de todo relato o discurso con pretensiones de elocuencia y como necesidad de validación de los actos públicos. La ciencia y la política configuran constantemente, cada una a su manera, la definición de verdad. En medio, y ejerciendo de notarios de la realidad, los medios de comunicación han hecho asimismo de la verdad el eje en torno

81 Cf. G. Tejerina Arias, "El cuidado del pobre en la plenitud de la revelación de Jesucristo. Una meditación teológica", en *Estudios Trinitarios* 38 (2004) pp. 485-501.

82 E. Galeano, "Sobre los medios de incomunicación", en *Le Monde Diplomatique* (edición española), 3 (enero 1996). Precisamente, escribió Susan George acerca de un aspecto que ha sido mal comunicado durante décadas, que "existen tres clases de personas: las que hacen que las cosas acontezcan, las que las ven acontecer, las que nunca se enteran de lo acontecido", S. George, *La maquinaria del hambre*, Madrid 1988, p. 263. Y no es casualidad que el propio Julio Ramos, siempre preocupado por hacer que las cosas acontecieran, y a la vista de las dificultades para que se dé actualmente el diálogo entre la Iglesia y el mundo, estructurase en tres grupos las posturas y los modos de estar presente hoy en la acción misionera de la Iglesia: los que crean su mundo, los que transforman el mundo, y los que señalan un nuevo mundo; y como él escribió, ninguno de estos grupos "agota las exigencias que una presencia misionera de la Iglesia en nuestro mundo impone", J. A. Ramos Guerreira, *Teología pastoral, o.c.*, pp. 244ss.

83 J. Sobrino - F. Wilfred, "Editorial", en *Concilium* 311 (junio 2005) p. 288.

84 J. Cowan, *El sueño de un cartógrafo. Las meditaciones de Fray Mauro, cartógrafo de la corte de Venecia,* Barcelona 1997. Esta cita y la que sigue proceden de la p. 76.

85 Cf. A. Sánchez-Bravo Cenjor, "Lo verosímil como persuasivo: imitación e información en Aristóteles", en G. Pastor Ramos *et al.* (eds.), *Retos de la Sociedad de la Información, o.c.*, pp. 93-108.

al cual justificar su papel y ejercer el tradicional "cuarto poder" (que hoy ya sólo se les supone). De ahí el endiosamiento (a la vez que el aprendizaje de su manipulación) a que los tiempos actuales han llevado al concepto.

Sostener la idea de verdad en nuestros días como pilar indispensable de la comunicación es, por otra parte, poco menos que anacrónico en una época en la que el cinismo como modo no ya de convivir sino de habitar en la mentira es el hábito más frecuentemente reconocido por todos, y ha hecho de los medios de comunicación su tan encantador como peligrosamente irresponsable caballo de Troya[86]. *Mediar*, la tarea etimológica de los medios de comunicación es, curiosamente, polisémica. Así, puede ser hacer de intermediario, de puente que une y acerca, pero también puede significar influir (positiva o negativamente) pero siempre desde la perspectiva de dominador/dominado. Hace años que Lorenzo Gomis[87] puso de manifiesto esta idea de la manipulación ejercida por los medios, tan contraria a su verdadera y etimológica razón de ser. Tan es así que el matiz incorporado en nuestra *Constitución* (art. 20.I, d) es importante al aludir al "derecho a comunicar y recibir información veraz por cualquier medio de difusión". Por esto, la verdad se ha erigido en el mundo de la comunicación como garante del hecho informativo, a la vez que como aval, a un mismo tiempo, de la bondad del propio proceso comunicativo al que da lugar la transmisión informativa. Ahora bien, aun respetada esa "verdad", la información puede ser igualmente manipulada o tendenciosamente orientada. Hemos de ser conscientes de que toda realidad que se transmite es una realidad construida, y quien conoce y domina los mecanismos de construcción domina la visión que se ofrece del mundo[88].

A pesar de todas las cautelas, no debe olvidarse que, como escribió alguien que dedicó muchas páginas a este concepto, Hans Urs von Baltasar, "ninguna verdad mundana es absoluta, aun siendo genuina y auténtica verdad"[89]. De ahí

86 P. Sloterdijk, *Crítica de la razón cínica, o.c.* Igualmente cabe afirmar que "los ciudadanos de la modernidad, los consumidores de la violencia como espectáculo, los adeptos a la proximidad sin riesgos, han sido instruidos para ser cínicos respecto a la posibilidad de la sinceridad. Algunas personas harán lo que esté a su alcance para evitar que las conmuevan", S. Sontag. *Ante el dolor de los demás, o.c.*, p. 129.

87 L. Gomis, *El medio media: la función política de la prensa,* Madrid 1974.

88 Sobre esta idea wittgensteiniana y su extensión en el paisaje periodístico actual, cf. F. Sahagún. "El mapa de la verdad: donde no entra la información. ¿Podrá llegar en el futuro a todas partes?", en AA.VV., *La tecnología de la información y sus desafíos*, Madrid 2002, pp. 177-194. Cf. asimismo E. Roskis, "Lo 'visual' contra la información", en *Le Monde Diplomatique* (ed. española), 30 (abril/mayo 1998), p. 27. También ha desarrollado agudas y valientes observaciones sobre el tema desde el punto de vista de la teología J. Ratzinger, *Fe, verdad y tolerancia. El cristianismo y las religiones del mundo, o.c.,* sobre todo pp. 160ss. No se trata tanto de qué se cuenta sino de cómo se hace. De ahí que, junto al concepto de verdad, deba aparecer igualmente el de moral: "Por consiguiente, no se realiza plenamente en una sociedad democrática el derecho a la información, si antes no son morales en sus tareas los propios profesionales", E. Bonete Perales, "Perspectiva ética del derecho a la información", en E. A. Fabián Caparrós, *Responsa iurisperitorum digesta,* Salamanca 1999, pp. 35-58, 52. De nuevo nos encontramos ante una ramificación más de la cuestión educativa, cf. las interesantes aportaciones del monográfico "La educación moral", en *Teoría de la educación* 15 (2003).

89 "La verdad, tal cual la conocemos en el mundo, consiste siempre en revelaciones, frases, juicios parciales que develan una determinada perspectiva. Pero cada una de estas perspectivas implica su fini-

que la verdad que guíe al comunicador cristiano deba ser distinta de la que los hombres pueden moldear a su arbitrio. La verdad periodística, humana, es la que enarbola Lucas al comienzo de su evangelio. Por eso Pilatos la desecha cuando interpreta que es de esa verdad, claramente manipulable por el poder, de la que Jesús le habla, e ironiza sobre una verdad (la joánica) que no es la suya. Resulta incomprensible para él (Jn 18,38), por tanto, que el hombre que tiene delante le hable de una verdad que pueda mantenerse ajena a intereses particulares. Nadie ha demostrado, como Jesús lo hizo, que "la verdad tiene su propia fuerza, que no depende del tono de voz, sino de la coherencia entre palabras y hechos"[90]. Ésta es la verdad que comunica el cristiano (Jn 17,17) y sus parámetros son otros que los de la mera sociedad de la información: es la de la identificación plena con Jesús y su mensaje (Jn 14,6; 1,9; 16,7; Rm 2, 8; Ga 2,14), una verdad difícil de comprender en su totalidad sin la ayuda de Dios (Jn 16,13) pero que debe ser la brújula que oriente nuestras acciones (Jn 3, 21; 4, 23). El reto del comunicador cristiano será, por tanto, poner los medios al servicio del mensaje cristiano sin que ello suponga atentar contra la verdad informativa y sin perder un ápice de profesionalidad.

4.4. La esperanza como contexto

Existe cierta tendencia hoy en los medios de comunicación a resaltar la parte más efímera, morbosa y catastrófica de lo que acontece en nuestro planeta. Pero la Pastoral de la Comunicación deberá de algún modo situarse, sociológicamente, en la línea marcada, como ya se ha visto, por Habermas, que frente a la visión negativa que, de los medios, tenía la primera generación de la Escuela de Francfort, opta por apelar a una comunicación que gire en torno a conceptos como los de "reciprocidad" y "entendimiento", y que, frente a todo intento

tud y tiene que ser completada por otras", H. U. von Baltasar. *Teológica. I Verdad del mundo,* Madrid 1997, p. 127.

90 C. M. Martini, *Por los caminos del Señor. Meditaciones para cada día del año.* Santander 1997, p. 31. Una verdad, sin embargo, que, a pesar de sus valores, en ocasiones se degrada (O. González de Cardedal. *La palabra y la paz, o.c.,* p. 477) y provoca situaciones de pérdida del sentido de universalidad que debe caracterizarla: algunos de estos ejemplos pueden verse en los monográficos de *Concilium*, "La verdad y sus víctimas", 220 (noviembre 1988), y "Las muchas voces de la Biblia", en *ib.* 294 (febrero 2002). Mas estas tensiones no deben sino llevar a cabo su misión en la plena ejecución de la obra de Dios: "el mundo era y es plural, y lo seguirá siendo cada vez más. Evidentemente, el mundo no puede abarcar de una ojeada su propio pluralismo, porque la unidad nunca ha radicado en él, ni antes ni ahora. Pero el sentido de su pluralismo no consiste en rechazar la unidad que radica en Dios y que es comunicada por él, sino en adherirse a la sinfonía y en ajustarse a la unidad que está por encima", H. U. von Baltasar, *La verdad es sinfónica,* Madrid 1979, p. 6. Esto ha de tenerlo muy presente el comunicador cristiano pues "alguien puede tener la verdad y definitivamente no encontrar eco porque no sabe comunicar esa verdad. El hecho de creer que se tiene la verdad y de dejar que eso produzca una soberbia tal que induzca a pensar que no es necesario comunicarse, que la verdad tiene que imponerse por sí sola, ese tipo de actitud, que es arrogante y despreciativa con respecto a la ciudadanía, se paga con la falta de comunicación", I. Ramonet, "El poder mediático", en D. de Moraes (coord.). *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder, o.c.,* pp. 193-200.

de manipulación, contendría "inserto el contrapeso de un potencial emancipatorio"[91]. Desde esta perspectiva, también en esto el acervo cultural de nuestra fe es inmenso y resulta significativo que durante todo este tiempo, y de muy diversos modos, la experiencia cristiana "ha realizado muchas veces este diálogo interdisciplinario de la esperanza que brota de la fe con el entorno social, es decir con la realidad económica, sociocultural, psicoafectiva y filosófica"[92].

La esperanza como horizonte cristiano ha de ser también un horizonte profesional en la creencia de que nuestro trabajo puede hacerse de manera distinta a como se hace. La "lectura creyente de la realidad"[93] habrá de tener, por tanto para el comunicador, como filtro la esperanza. Si éste, en definitiva, se siente obligado a sembrar en sus noticias aquello que contribuya a que los acontecimientos de mañana aporten mejores frutos que los de hoy, esto se manifestará en su modo de seleccionar las ideas que utilice en su crónica; en la ausencia de manipulación; en evitar un enfoque parcial que deje de lado a quienes más van a sufrir; en criticar con sus opiniones aquellos actos que no deben llevarse a cabo;... Sin duda alguna todo esto contribuiría a hacer realidad un nuevo horizonte para la comunicación en el siglo XXI[94]. En esta línea, la esperanza le permitió a Pablo señalar un nuevo mundo[95] y ser el primer comunicador cristiano consciente de su tarea de recrear el paradigma de la comunicación profética. Nadie como Pablo ha sabido dotar a la esperanza del hermoso significado que hace de ella, más allá de una época concreta, el motivo fundamental de habitar transitoriamente en este mundo[96] y nadie como él ha sabido insertarla en la comunicación como elemento constitutivo de su discurso. Él, que se presenta en Roma como mensajero del "Dios de la esperanza" (Rom 15,13), en sus epístolas aporta un buen ejemplo de lo que debe ser la comunicación que necesita el siglo XXI: se trata de una comunicación enraizada en la esperanza (Col 1,23) que sostiene (Rom 12,12; Co 1,5) y distingue al cristiano (Ef 2,12; 1 Tes 4,13) y que enlaza, mediante sinónimos, con lo que es la evangelización y el anuncio de la "buena noticia". Y como bien

91 Cf. J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa,* vol. II, *o. c.,* p. 553.

92 R. Prat i Pons. *La misión de la Iglesia en el mundo, o.c.,* p. 186. No es casual el papel concedido a la esperanza a lo largo de toda la exhortación apostólica *Ecclesia in Europa.*

93 R. Prat i Pons, *Tratado de Teología pastoral, o.c.,* pp. 249-273, y también del mismo *La misión de la Iglesia en el mundo,* o.c., pp. 127-143.

94 En el que la mediación fuera eficaz, haciendo realidad el deseo de Julio Ramos de que "el compromiso de la fe transforme la realidad de la comunicación haciendo de ella un servicio al hombre", J. Ramos, "Pastoral de la Comunicación", *o.c.,* p. 144.

95 J. A. Ramos Guerreira, *Teología pastoral, o.c.,* pp. 246-247.

96 Rom 8,19-20. Sobre el papel de la esperanza en el corpus paulino ("espera activa y vigilante"), cf. G. Barbaglio, *Pablo de Tarso y los orígenes cristianos,* Salamanca 1992, pp. 182ss. Siguen siendo lecturas iluminadoras, entre otras, para el comunicador cristiano las de J. Moltmann, *Teología de la esperanza.* Salamanca 1969, y J. Alfaro, *Esperanza cristiana y liberación del hombre,* Barcelona 1972. Una buena síntesis histórica reciente de la riqueza de este concepto, puede verse en J.R. Flecha Andrés, *Vida cristiana, vida teologal. Para una moral de la virtud, o.c.,* pp. 105-140.

ha sabido ver Carlo Maria Martini, es ésta una "comunicación que conmueve, ilumina, anuncia, abre horizontes, hace que los ojos de quienes la reciben resplandezcan, precisamente porque se hace teniendo en el corazón un proyecto y una referencia de carácter universal"[97].

5. POR OTRA MIRADA Y OTRO USO DE LA PALABRA. CONCLUSIONES

De igual manera que la sociedad de la información no sirve de nada si no nos lleva hacia el conocimiento[98], el mundo globalizado por las telecomunicaciones no será sino una falacia si no sirve para acercar a los hombres y permitir su mejor convivencia. Durante siglos el Cristianismo ha sido elemento configurador esencial de Europa. Ello permitió que durante ese tiempo la tarea evangelizadora de la Iglesia se llevara a cabo de un modo directo hasta el punto de que la propia evangelización era, en sí mismo, el principal acto de comunicación de los cristianos hacia el resto de la sociedad. La situación actual, aunque no de total increencia pero sí de un forzado laicismo que se pretende oponer violentamente al Cristianismo[99], hace que nos hallemos en un momento en el que la acción pastoral de la Iglesia en los medios de comunicación tiene en los próximos años una batalla decisiva que luchar. En cualquier caso, lo que está en juego es la propia relación entre fe y cultura, pues ésta última está: "siendo arrastrada inexorablemente hacia el mercado de la comunicación, donde se renueva con criterios comerciales"[100].

Si la definición y los objetivos de la Teología Pastoral responden en las últimas décadas a la pregunta ¿qué tiene que hacer hoy la Iglesia?[101], el perfeccionamiento de unas prácticas comunicativas eficaces y asentadas en la sociedad cambiante y relativista de nuestros días debe formar parte esencial del corpus de saberes prácticos de la Teología Pastoral del siglo XXI. En palabras de Julio Ramos, "vivimos en momentos en que ciertos fundamentalismos dan el mismo valor a todas las palabras a través de las cuales Dios se comunica o ciertos rela-

97 C. M. Martini, *Por los caminos del Señor, o.c.*, p. 441. En este sentido, como dice este autor, "la comunicación constructiva de la que habla Pablo es aquella que, aun cuando por amor a la verdad deban referirse noticias desagradables y negativas, mantiene un fondo, un horizonte ideal constructivos", *ib.*, p. 442.

98 M. Bunge, "Información + Evaluación = Conocimiento", en *Pliegos de Yuste. Revista de Cultura y Pensamiento europeos,* 1 (2003), pp. 73-82.

99 Cf. M. Cortés Diéguez, *Los obispos españoles y los medios de comunicación, o.c.*, p. 322.

100 J. Rifkin. *La era del acceso. La revolución de la nueva economía,* Barcelona 2000, p. 190. Es el cumplimiento de lo advertido por Lyotard en su día, J.-F. Lyotard. *La condición postmoderna, Informe sobre el saber, o.c.*

101 Cf. C. Floristán - J.J. Tamayo (eds.). *Conceptos fundamentales del cristianismo,* Madrid 1993, pp. 1342ss. La utilización del adverbio es, no sólo necesaria sino significativa y definitoria, pues como matiza F.J. Calvo, frente al objeto formal de la eclesiología, centrada en la "esencia permanente de la Iglesia", la Teología Pastoral "trata más del carácter dinámico de la Iglesia, estructurado socialmente y sujeto a cambios históricos", *ib.*, p. 1343.

tivismos restan absolutez a la palabra evangélica queriendo ver en ella solamente la transmisión de contenidos culturales"[102]. Sin embargo, como creyentes deseamos una Iglesia que dialogue con el mundo. Éste ha sido un rasgo definitorio de ella desde que Jesús la instaurase, y ya algunos libros proféticos y el *Apocalipsis* aludieron explícitamente a la necesidad de una "comunicación transparente"[103].

Esto se resume en lo que se ha denominado "la fórmula samaritana", que significaría "un cambio de acentos. Se trata de primar el compromiso sobre el precepto, el testimonio sobre la doctrina. En definitiva, de hablar el lenguaje de los hechos que resulte para el hombre de hoy más provocativo y más seductor" [104]. Tal y como Jesús se comunicó con sus contemporáneos y se dejó oír por encima de las murmuraciones. Precisamente, como ha escrito Susan Sontag, "la pasividad es lo que embota los sentimientos" y por tanto, lo peor que puede hacerse ante los medios de comunicación hoy es ser pasivos[105], ya que sabemos que el mundo debe cambiar. No hay duda de que lo aquí expuesto es una ardua tarea difícil de condensar en tan breve espacio. Hay mucho aún que ampliar, concretar y seguir discutiendo. Pero sirvan las ideas aquí pergeñadas para mantener viva la llama de esta "Pastoral de la Comunicación" a la que Julio Ramos dedicara algunas de sus reflexiones en los últimos años.

102 J. A. Ramos Guerreira, "Pastoral de la Comunicación", *o.c.*, p. 132.

103 Cf. X. Pikaza, "Poder perverso, información mentirosa. Bestia y mal profeta (Ap 13)", en G. Pastor Ramos et al. (eds.), *Retos de la Sociedad de la Información, o.c.*, pp. 321-339. Las mentes más lúcidas de la teología del siglo XX lo han sabido. Desde Teilhard de Chardin hasta Benedicto XVI han sido conscientes de que sus ideas debían superar la prueba del diálogo con el mundo en el que vivían porque tal diálogo era parte de su anuncio. Hoy más que nunca, en esta era de repliegue (y desvelamiento) de la intimidad, la fe ha de vivirse (y de este modo comunicarse, evangelizando con ello) en el ágora, en el espacio público que todo lo ocupa. En el siglo XXI el péndulo de la historia nos está devolviendo, radical y mediáticamente, al ágora.

104 J.L. Ortega, "El estado de la fe: la fórmula samaritana", en *Ya,* 13-IV-1992; cit. en L. del Buey Bernal, "Anunciar el Evangelio en la 'aldea global'", en Mª T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo,* o.c., p. 513; en consonancia, por otra parte con *EN* 21 y 41. "No comunica 'dogmas de fe' sino que realiza su trabajo de comunicador como expresión de fe en el Dios que, siendo comunión, ha querido fundar la vida humana sobre bases de comunicación gratuita, abierta hacia el encuentro de todos los humanos. Es evidente que si un día le preguntan '¿qué sentido tiene lo que hace?' puede y debe responder diciendo humildemente 'es que creo en Jesús...' y que creo que Jesús es comunicación'. Pero esta fe no puede ser algo que se añada a su trabajo: es el mismo fondo y verdad de todo su trabajo", X. Pikaza, "Comunicación de la fe y fe en la comunicación: once tesis y cinco tareas", en Mª.T. Aubach (coord.), *Comunicación y pluralismo, o.c.*, pp. 572-586.

105 S. Sontag, *o.c.*, p. 118. También se muestra esperanzado R Kapuscinski, "¿Reflejan los media la realidad del mundo?", en *Le Monde Diplomatique* (ed. española), 45-46 (julio/agosto 1999), pp. 32-33.