

La compleja relación entre la Pastoral y las Comunicaciones

Inconscientemente, cuando pensé en compartir una experiencia, empecé a buscar crisis comunicacionales en que hubiera participado. Pero gracias a Dios, no me ha tocado ninguna que valga la pena contar. Por lo que decidí escribir una reflexión sobre la compleja relación entre la Pastoral y las Comunicaciones dentro de la Iglesia.

Supongo que varios de los que estamos aquí, tuvimos la suerte de asistir al Seminario de Comunicación Institucional de la Iglesia, en abril pasado, ocasión en que se enfatizó que la Iglesia debe comunicar oportunamente (de acuerdo con los tiempos actuales, es decir rápidamente) y mejor.

Personalmente, me encantó la lección pues era lo que yo pensaba y escucharlo decir a tan altos expertos de varios países y con argumentos y ejemplos fue muy gratificante.

Si la Iglesia ha sobrevivido dos mil años es gracias a su mensaje, pero también a que ha sabido mantenerse vigente en muchos aspectos, uno de ellos y el que nos interesa aquí, es el proceso de profesionalismo de quienes trabajan en ella. Cada vez más, vemos a periodistas en el área de comunicaciones, trabajo que en el pasado era realizado por personal consagrado, sin embargo no todo es positivo, puesto que muchas veces el periodista no tiene acceso a algunas de las instancias de decisión en las que a veces sería bastante útil ser incluido.

Si se ha tomado la decisión de contar con un especialista, ¿no deberíamos sacarle provecho y pedirle su opinión cuando nos enfrentamos a situaciones complejas? Ya que él puede ayudar dando pistas o analizando la situación desde un ángulo diferente.

La Iglesia es esencialmente comunicadora, ya que su misión es transmitir la Verdad, he ahí la importancia del tema que nos convoca. Para llevar a cabo su misión, debe comunicar su mensaje y asegurarse de que llegue a las personas y que sea comprendido. En el pasado esta labor fue tan bien realizada que ahora nos encontramos frente al desafío de la nueva evangelización, pues el mensaje es tan conocido que ahora debemos encontrar nuevas formas de entregarlo para que no parezca repetido.

Frente a la crisis de credibilidad que afecta actualmente a la Iglesia, la solución es ganarse la confianza de la gente de nuevo. Como no se puede llegar a la opinión pública con un puerta a puerta debido a su carácter universal, es necesario comunicar públicamente y hacerlo mediante los medios de comunicación.

Para que esto sea posible, debemos entender que el medio publicará nuestro mensaje en la medida que lo vea noticioso y, por ende, debemos entregarles un “producto” que les agrade. Es ahí donde entra el periodista.

El trabajo del periodista muchas veces es de traducción. De un mensaje en idioma eclesial, al idioma de la persona que no es cercana a la Iglesia. Del mensaje pastoral, a la noticia que el medio considera publicable.

El periodista es además un puente entre el Obispado en mi caso y la sociedad, es el enlace con los medios de comunicación, cuando alguien quiere contactar con el Obispo o con una voz

oficial pasa por nosotros; de nuestro trabajo depende -en mayor o menor grado- la visibilidad del Obispado en la vida de la sociedad, etc.

El periodista conoce su medio, la forma de pensar de sus colegas que trabajan en medios, de los editores y por tanto muchas veces puede mostrar una perspectiva diferente. Perspectiva que es recomendable escuchar como una forma de preparación, de saber el terreno que pisamos cuando “enfrentamos” a la prensa.

Lamentablemente, yo sigo considerando que una conferencia de prensa es una suerte de oposición, en que por un lado está la persona que quiere entregar su mensaje, y por otro están los periodistas que están ahí para hacer las preguntas que realmente les interesa después de la información que los convoca.

Y lo siento así porque es lo que veo en las conferencias. En consecuencia, la reacción en la Iglesia es retraerse y hablar lo menos posible con la prensa, pues son tan agresivos. Y por otro lado la prensa aprovecha las pocas oportunidades y destapa una olla a presión. El resultado es agotador y poco agradable. Un círculo vicioso difícil de romper.

Pero un buen periodista, no es simplemente un instrumento para traducir y un nexo con la prensa, sino que es también un estratega. Lo que hay que entender es que el periodista institucional está de lado de su jefe, no de sus colegas.

Tengo la sensación de que se suele meter a todos los periodistas en el mismo saco y que a veces cuesta confiar en ellos o en que no filtren la información que se les entrega y que se opta por no decirles más que lo estrictamente necesario.

Un periodista es estratégico cuando va más allá del trabajo diario de publicar noticias, sino que está preparado para afrontar una crisis, cuando es capaz de aconsejar qué decir, con qué palabras, qué cosas evitar. Para poner un ejemplo gráfico es como el entrenador que le dice qué jugada hacer al deportista. Pero para que se dé esta situación, hay que darle espacio de acción, hay que darle la oportunidad de expresarse y no discutir los temas en círculos cerrados de las personas más cercanas a la autoridad.