

El hecho religioso y su tratamiento periodístico: limitaciones y dificultades

MARÍA JOSÉ POU AMÉRIGO

mpou@uch.ceu.es

Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia)

Recibido: 19 de marzo de 2008

Aceptado: 23 de junio de 2008

RESUMEN

La información acerca del hecho religioso tiene peculiaridades que la distinguen de otras áreas de especialización. Ante ello, el relato periodístico presenta determinadas limitaciones derivadas de la noción de acontecimiento y la presentación de las opiniones así como del tratamiento y los géneros periodísticos. Por último la visión acerca del trabajo de los periodistas especializados en religión condiciona el resultado final tal y como se ha visto en la evolución de este contenido en la prensa española. Este artículo analiza las limitaciones que el formato periodístico impone al relato sobre la realidad religiosa.

Palabras clave: Información religiosa, mensaje, acontecimiento periodístico, periodistas.

Religious fact and its journalistic treatment: limits and difficulties

ABSTRACT

The information about the religious world has some characteristics which distinguish it of other specialized areas. For this reason, the journalistic story has some limits because of the notion of "event", the publication of the opinions, the treatment and journalistic formats. Finally, the vision about the work of specialized journalists has some influence over the final result as we can see in the evolution of this content in the Spanish Press. This article analyzes the limits of the journalistic format in the narration about the religious reality.

Keywords: Information about religion, Message, Facts and News, Journalists.

SUMARIO: 1. Introducción. 2. La evolución del tratamiento de lo religioso en España. 3. Los límites del relato periodístico para el tratamiento de la realidad religiosa. 4. Géneros periodísticos para la realidad religiosa. 5. El profesional y el activista, dos modos de hacer información religiosa. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Las creencias, las prácticas de fe y la vida de las comunidades religiosas constituyen una realidad compleja cuya presencia en los medios de comunicación no siempre es satisfactoria ni se ve sometida a los mismos criterios que se aplican a los demás contenidos periodísticos. Es cierto que se trata de un contenido especializado (SERRANO OCEJA, 2004) que requiere un tratamiento específico pero también que es una clave de interpretación necesaria en muchas otras noticias de carácter político, social o cultural como los ataques terroristas islamistas o las procesiones de Semana Santa.

Sin embargo, esa vinculación con acontecimientos no propiamente religiosos lejos de constituir una motivación añadida para profundizar en el análisis del factor religioso subyacente, invita, a menudo, a simplificar la interpretación de lo sucedido. Los actos motivados por razones religiosas aparecen como hechos difíciles de explicar y de comprender.

Del mismo modo, la narración de la realidad religiosa se construye, en muchas ocasiones, desde una visión estereotipada que aplica los criterios utilizados en la información política a la vida religiosa cuando, en ocasiones, no son adecuados para comprender y hacer comprender el mundo de las creencias.

En este artículo se exponen las dificultades que la construcción del mensaje periodístico halla cuando se encuentra ante el hecho religioso, en especial, cuando se trata de hechos o declaraciones de responsables religiosos.

2. La evolución del tratamiento de lo religioso en España

La presencia de lo religioso en los medios de comunicación españoles ha sufrido una importante variación a medida que evolucionaba la sociedad civil y las propias comunidades religiosas. Durante la etapa del periodismo ideológico, los elementos religiosos se incluían entre los contenidos del diario y entre las claves para analizar la actualidad. Se trataba de un punto de vista inevitable en una prensa caracterizada por su dogmatismo y en un contexto en ebullición social y política. Era la etapa de la “buena” y “mala prensa”. A lo largo del siglo XIX y principios del XX, pues, la religión era una realidad que debía ser defendida o atacada desde la prensa católica y desde la prensa liberal, respectivamente.

Llegado, sin embargo, el tiempo del diario *El Debate*, con Ángel HERRERA ORIA en la dirección, la apologética beligerante que había impregnado la publicación de relatos o comentarios sobre religión en la prensa española, se convirtió en lo que el propio diario llamaría “la apologética por la noticia”. Fue el impulso que inició una nueva etapa en la que Herrera y los informadores formados en la Escuela de Periodismo dependiente del diario, pretendían dotar al periodismo español del rigor y la calidad que se merecía y en el que el elemento religioso era, sin duda, una clave hermenéutica fundamental pero también un contenido merecedor del mismo trato riguroso que se daba al resto de la información.

Era, en definitiva, un momento de anticipación respecto a lo que sería luego la etapa del periodismo informativo en el que la lucha por unas ideas políticas o religiosas quedaría circunscrita a las páginas de opinión, en especial, a los espacios destinados a defender la línea editorial del medio.

El esfuerzo por eliminar la subjetividad defensiva de lo religioso supuso un avance fundamental para perfilar un discurso periodístico sobre lo religioso con la misma altura y nivel del resto de informaciones de actualidad que se perdió posteriormente cuando el tratamiento de la información religiosa retomó el carácter apologético durante la dictadura franquista.

Con el advenimiento de la democracia, el tratamiento de la información religiosa busca de nuevo su espacio aproximándose al lector y a la realidad cotidiana en la que está presente de un modo especial el debate político y, en él, el papel de la religión en el nuevo orden que se construye para España¹.

Con la normalización política, la religión pasará a un segundo o tercer plano, quedando relegada a un puesto menor en relación a otros asuntos. Sin embargo, uno de los argumentos principales de la información religiosa será la presencia de las voces y opiniones de responsables de organizaciones religiosas en torno a la vida pública cuya inclusión no se produce siempre en la llamada sección de “Religión” en “Sociedad”² sino en secciones políticas, tal y como indica GUASCH (1990), al referirse a la sección ‘Religión’ en los diarios de difusión nacional, aun recogiendo -afirmaciones religiosas en esos diarios cada día³.

En los últimos años, se puede decir que lo religioso más que un contenido ampliamente desarrollado en los medios, adquiere importancia bien como elemento añadido en el debate político o bien como clave interpretativa en una concepción del relato periodístico como relato de la realidad social y de los medios como modeladores de la visión del presente de que se dota el cuerpo social. De ese modo se cumple la constante enunciada por GOMIS (1990: 36) acerca de la influencia que tienen los medios en la sociedad canalizada más a través de la imagen del presente y no tanto, como pudiera pensarse, por la persuasión de los géneros opinativos.

¹ En el ámbito internacional la celebración del Concilio Vaticano II supuso un acontecimiento de tanto interés mediático que se ha considerado un punto de inflexión en el tratamiento de lo religioso en la prensa (HIGUERUELA DEL PINO, L., 2008).

² ‘Sociedad’ es una de las cuatro áreas temáticas que señala Mar de FONTCUBERTA (1997, p.21) como especializaciones de la Información Periodística Especializada, junto a Política, Cultura y Economía. En general, no existe una sección específica y permanente sobre ‘Religión’ y sus contenidos son incluidos en esa subárea o subespecialización -en términos de Fontcuberta- dentro de la Sección o área temática ‘Sociedad’. Ello se hace de una forma no constante, sino esporádica y supeditada a la existencia de informaciones sobre esos temas. Su ubicación no siempre es fija y suele ir acompañada por otras noticias de subsecciones también variables como ‘Medio Ambiente’, ‘Salud’, ‘Ciencia’ o ‘Educación’. Esa variabilidad hace que el lector se aproxime al medio con la inseguridad de no encontrar información religiosa y, sobre todo, impide la continuidad en el tratamiento de los temas.

³ GUASCH (1990, 179) incluso manifiesta su sorpresa al comprobar -dice- “que, muchas veces, las publicaciones que más noticias religiosas (o aparentemente religiosas) aportan son aquellas que profesan un espíritu laicista militante”.

En el terreno religioso, la influencia del discurso periodístico en la construcción del discurso social se ha podido ver, por ejemplo, en torno a la presencia del islamismo en Occidente multiplicada en los medios como consecuencia de la vinculación con la religión musulmana que los protagonistas de hechos terroristas han establecido en cada una de sus acciones.

Así, la religión, de la mano del terrorismo y sus secuelas políticas, se ha hecho presente en los medios de todo el mundo durante los últimos años pero más que nunca desde el trágico 11 de septiembre de 2001. Ese día, el factor religioso era el que ayudaba a dotar de significado lo ocurrido en Estados Unidos aunque fuera una ocasión más para observar cómo los poderes políticos o económicos hacen uso de las creencias para imponer una determinada interpretación de la realidad.

3. Los límites del relato periodístico para el tratamiento de la realidad religiosa

Uno de los discursos periodísticos que presenta más dificultades es aquel que se refiere a la realidad religiosa. El tratamiento de datos, interpretaciones u opiniones acerca del mundo de las creencias, como sucede en relación al mundo de las ideas, presenta dificultades propias derivadas, en este caso, de la intangibilidad del contenido, de la contemplación o no del ser humano como un ser trascendente y del lenguaje y modos de expresión propios del hecho religioso.

La religión, como el pensamiento, es un área temática con una complejidad intrínseca pues, al tratarse de un aspecto con un alto componente de interiorización, sólo su manifestación pública, a través de declaraciones o acciones externas, se convierte en noticia. Así lo advierte Furio COLOMBO (1997, 117): "...el periodista de noticias religiosas se limita a ofrecernos la narración de acontecimientos y de ritos, la consagración de una nueva iglesia, el nombramiento de un nuevo obispo, una nueva forma organizativa de la parroquia o de la diócesis". Es más frecuente, no obstante, encontrarla como motivo de reflexión en secciones editoriales y de opinión, incluidas las viñetas, en donde su representación se hace también sobre la exteriorización de lo religioso.

Además, las circunstancias sociales y políticas en nuestro país han impuesto una evolución en el modo como la prensa ha tratado esta realidad. Esa evolución ha hecho que también el discurso periodístico sobre temas religiosos haya ido transformándose desde sus inicios apologeticos hasta el presente en que ha adoptado los mismos modos y formas de expresión que el resto de los discursos sobre la actualidad.

La razón es una evolución en la forma de contemplar el quehacer periodístico y la responsabilidad de quienes lo desarrollan. Por una parte, la información religiosa ha pasado de verse como una tarea de apostolado que requiere métodos de propaganda a contemplarse como una especialidad temática más, junto a las tradicionales de política, economía o cultura. Por otra parte, los profesionales son especialistas que procuran ofrecer un trabajo cualificado y riguroso.

Ahora bien, esa adaptación a los rasgos del texto periodístico ha introducido

también, en los relatos y comentarios sobre asuntos religiosos, los vicios, los errores y las limitaciones del discurso periodístico a los que se suman los problemas derivados del contenido que se trata y de sus condicionantes.

La misma definición del hecho periodístico, el acontecimiento, y su conversión en relato, la noticia, no sólo condiciona la visión parcelada de la realidad sino que en el campo religioso las repercusiones de esta noción serán mucho mayores, especialmente, con la potenciación del conflicto como eje de la información religiosa. Al mismo tiempo, las rutinas productivas en el trabajo periodístico introducen determinados acontecimientos religiosos en la agenda de los medios por lo que la actividad de las instancias religiosas llenará las páginas de las secciones de Religión en detrimento de la información sobre la vivencia de lo religioso. Es la diferencia entre información eclesial e información religiosa.

Resulta, sin embargo, razonable en la medida en que la religión, como otros aspectos, aparece en los medios en su faceta social y no tanto de modo individual. Lo mismo puede decirse de otras esferas con alto nivel de exteriorización. Religión y pensamiento tendrán su espacio mediático en la medida en que se manifiesten públicamente.

3.1. La noción de acontecimiento y la realidad religiosa

La tarea periodística se fundamenta en la noción de acontecimiento, de hecho, la noticia es el relato de los acontecimientos de actualidad. El acontecimiento, según RODRIGO ALSINA (1996), es una ruptura de la normalidad, una “variación del sistema”. Desde este punto de partida, la noticia constituirá una alteración aunque la realidad periodística y sus rutinas productivas pongan en cuestión diariamente la vinculación de lo noticioso con lo extraordinario. La razón es el sometimiento del trabajo periodístico al ritmo impuesto por los gabinetes de prensa de las instituciones y empresas. Con ello y con la agenda de previsiones de cualquier medio, la atención periodística se dispersa entre acontecimientos previstos, premeditados, organizados o, cuanto menos, previsibles. La disminución del grado de imprevisibilidad de los acontecimientos consigue que el periodista pueda organizar los contenidos con anterioridad y, en principio, tiene como consecuencia la capacidad de preparar la información, explicación y argumentación sobre el acontecer.

En el terreno de la información periodística sobre asuntos religiosos, la presencia de directores de comunicación en entidades religiosas es todavía escasa en comparación con el desarrollo que esta figura ha tenido en la Administración y el mundo de la empresa. Por esa razón el acontecimiento religioso sigue teniendo un factor de imprevisibilidad más elevado que los sucesos en otras áreas de la información. A ello se une la búsqueda de la ruptura de la normalidad que se acentúa en el terreno religioso cuando para algunos medios de comunicación, tratándose de información religiosa, solo lo conflictivo llega a convertirse en noticia.

En la actividad cotidiana de las entidades religiosas y mucho más de los

protagonistas de las prácticas religiosas apenas se hace uso de los recursos propios de los gabinetes de prensa para ofrecer, con cierta continuidad, datos que fomenten una imagen positiva de la vivencia religiosa o para despertar el interés de los medios a partir de “pseudoacontecimientos” (RAMÍREZ, 1995).

Por último, hay que recordar la reflexión que hace la profesora DIEZHANDINO en referencia al acontecimiento periodístico y que ayuda a explicar por qué la vida religiosa como tal, es decir, la vivencia de lo religioso no tiene tanto espacio como otros asuntos en los periódicos. Pilar DIEZHANDINO (1994) cuestiona el concepto de acontecimiento que se maneja a menudo en los medios porque, a la espera del suceso sorprendente, solo los hechos que producen un aumento importante de interés informativo por la anormalidad del suceso tienen cabida. Desde ese punto de vista, hay que esperar a que ocurra “algo” para que los medios se interesen por una determinada realidad. De ese modo, los medios llegan a obviar parte de la vida social en terrenos donde no “ocurre” nada extraordinario. Así, DIEZHANDINO propugna el periodismo interpretativo y de investigación que sitúe el foco sobre problemas sociales que no son tratados por los medios aunque tengan entidad por sí mismos, a la espera del suceso que despierte el interés mediático.

Eso es aplicable también en el hecho religioso pues la religión no aparece en los medios si no se produce un suceso -un conflicto o la actividad regulada de los responsables religiosos-. Por tanto, la vida religiosa ordinaria no tiene tratamiento periodístico excepto con la irregularidad y la negatividad. Puede argüirse que la definición de acontecimiento periodístico provoca esa circunstancia al poner el acento en la variación del sistema o la excepcionalidad. La diferencia con otro tipo de informaciones es que, mientras que en secciones como política o economía, existe un flujo constante de información institucional positiva, en el ámbito religioso es mucho menos frecuente el esfuerzo de sus instituciones o protagonistas por hacer que los medios se interesen por su actividad y cuando se hace, se corre el riesgo de ofrecer una información excesivamente institucionalizada.

3.2. Interpretaciones, opiniones y puntos de vista

El otro contenido habitual de la información religiosa es la noticia de declaraciones en la que se recogen las palabras de algún representante de entidades religiosas. En ese sentido, las voces que aparecen en los medios suelen ser las de fuentes institucionales o, por el contrario, la oposición a esas fuentes tal y como señala JAVIERRE (1990, 252): “Los periodistas acogen como palabra de fe las interpretaciones del hecho religioso propuestas por escritores, ensayistas y filósofos de rango medio, quienes a su vez confiesan su agnosticismo e incluso ateísmo. Así hemos llegado a la curiosa situación, esperpéntica, de que la opinión religiosa de la comunidad creyente viene determinada en gran parte por “maestros” instalados fuera de la fe cristiana”.

Es, de nuevo, la explotación del conflicto como factor de interés acerca de la religión, en especial, cuando unas declaraciones se prevén polémicas. La religión,

como se ha dicho, es un elemento informativo complejo por cuanto necesita su materialización en forma de rito, de declaración o de suceso para poder ser “narrado” por los medios de comunicación. La fe necesita ser visualizada y por ello, al modo como antiguamente se hacía uso de la manifestación externa –por ejemplo, una procesión- para hacer presente lo religioso en la vida social, hoy pasa por la necesidad de aparecer en los medios de comunicación. Esa presencia es la que buscan algunos sectores críticos de entidades religiosas para hacerse presentes *ad intra*. Es una realidad inherente al funcionamiento de cualquier organización pero al convertir en noticia solo la crítica, ofrecen una imagen distorsionada de la normalidad interna de esa entidad y favorecen un enfoque exclusivamente político.

De este modo lo explica HENAU (1994: 95): “...no hay mucha afinidad y, en algunos casos, ni siquiera hay posibilidad de familiarizarse con la manera como un creyente vive su fe en la Iglesia y la exterioriza. Esto lleva a los no creyentes a comprender la Iglesia de una forma analógica. Para ello utilizan el sistema de las categorías que utilizan también para juzgar de las situaciones y de las conductas políticas. Por eso es lógico que traduzcan las tomas de posición de los que representan a la autoridad en la Iglesia (según los medios de comunicación) y las reacciones de los mismos en términos de gobierno y de oposición, o de derechas e izquierdas”.

3.3. El tratamiento periodístico del hecho religioso

El contenido de lo ‘sagrado’, del ‘Misterio’, de la vivencia religiosa es difícilmente reproducible por los medios de comunicación⁴. En ocasiones, cuando se hace, la descontextualización y recontextualización en el texto noticioso⁵ a la que se le somete ofrece una imagen distorsionada del hecho religioso o, por el contrario, las rotativas del periódico se convierten en los púlpitos de la era Gutemberg. Por eso dice COLOMBO (1997: 112): “Es difícil acercarse a una religión, a una Iglesia, y ofrecer las informaciones fiables que se refieren a esa religión o esa Iglesia, sin formar parte de ella. Es difícil, también, para quien forma parte de ella, separar la noticia de la amable persuasión que rodea su relación con la realidad que cuenta”.

BRU ha advertido, como consecuencia de esa complejidad, el peligro de ejercer un triple proceso reduccionista en la información religiosa: reduccionismo temático, al centrar el interés en la vida institucional y olvidar aspectos humanos y sociales; reduccionismo subjetivista, al presentar la vivencia de la fe como propia de “personajes singulares o algunos grupos anacrónicos” y reduccionismo dialéctico, al

⁴ Algunos teólogos, incluso, ven ciertas dificultades en lo que significa la comunicación de las ideas religiosas. Así lo indica J.M. JAVIERRE (1991: 246), quien comenta las dudas que Karl Rahner tuvo, en su momento, acerca de la emisión televisada de la Eucaristía. No obstante, su planteamiento se refiere a la utilización de los medios como vehículos de transmisión del mensaje religioso que difiere de la información sobre la vida religiosa.

⁵ WOLF (1991:127) comenta, citando a ALTHEIDE, que la “factibilidad” del producto informativo, impuesta por las rutinas productivas, “contribuye a ‘descontextualizar’ o a borrar un acontecimiento del contexto en el que se ha producido, para poder ‘recontextualizarlo’ en el formato informativo”.

ofrecer una imagen de la Iglesia desde el prejuicio como un nido de conflictos y de oposición entre sectores de derechas y de izquierdas (BRU, 1996: 38)

De esa tendencia a la simplificación también dice el teólogo Ernest HENAU (1994: 95): “Los periodistas no se sirven solamente de una pauta de lectura política para interpretar las tomas de posición de la Iglesia, sino que actúan además necesariamente de una manera reduccionista. Por eso mismo, no tratan más que de los temas que, a su juicio, son los únicos que cuentan con un interés universal, por ejemplo, lo que concierne a la sexualidad. [...] Además, obligan a los responsables de la Iglesia a promulgar principios que confunden con medidas prohibitivas. Y entonces la argumentación deja de ser espiritual y se convierte en moral”.

El sometimiento a las rutinas productivas de la prensa, por parte de los periodistas que tratan contenidos sobre la vida de la Iglesia, impone unas restricciones que a menudo desvirtúan su sentido: la estricta actualidad, la necesidad de dar datos nuevos, el registro informativo del lenguaje periodístico con su exigencia de concisión, estilo directo y frases cortas y simples son a veces incompatibles con una realidad situada en las antípodas del ritmo periodístico. Así, señala JAVIERRE:

“El atractivo de la novedad lleva consigo para la comunicación religiosa el riesgo de caer en la espiral de los barullos cambiantes donde las personas se dejan conducir por etiquetas. Quien repase a conciencia los depósitos de información general que la vida cristiana de los últimos tiempos ha dejado en los medios, comprobará que persisten “ideas fijas”, interpretaciones solidificadas. No hay fuerza humana capaz de resolver el mito difundido por los grandes canales informativos. Cada viaje del Papa cuesta una fortuna, las finanzas vaticanas son poderosas, Marcinkus un gángster, los curas avarientos” (J. M. JAVIERRE, 1991: 247)

Efectivamente, los elementos con los que, socialmente, se relaciona a la Iglesia se refieren, entre otros, a su potencial económico, su involución, su moral sexual o su ‘intrusión’ en temas políticos⁶. Los valores-noticia que, a menudo, están presentes entre los contenidos de la sección religiosa son⁷: la desviación, negatividad y espectacularidad, es decir, sus implicaciones en lo temporal, -especialmente lo escandaloso o morboso, el error o lo que no encaja con la imagen “religiosamente correcta”-; el conflicto: en el caso de la Iglesia, ese conflicto se produce, especialmente, en sus relaciones con el poder político; el interés humano, sobre todo, su función social; los valores disonantes: las verdades de fe son noticia sólo cuando

⁶ En el informe de la FUNDACIÓN SANTA MARÍA, se formulaban afirmaciones con las que el encuestado debía manifestar si estaba de acuerdo o no. El resultado, respecto a afirmaciones negativas era: “La Iglesia es demasiado rica”, sobre la que el 46’9% estaba de acuerdo; “Se aferra demasiado al pasado”, 44’9%; “su postura ante el control de natalidad”, 43’7%; “se mete demasiado en política”, 41’4%, en GONZÁLEZ BLASCO, P. y GONZÁLEZ ANLEO, J., 1992: 93.

⁷ El profesor Diego CONTRERAS (2004) ha mostrado cómo en la prensa internacional la perspectiva de la Iglesia no es tan negativa aunque sí fuertemente jerarquizada a diferencia del contexto español en el que se ha tenido ocasión de constatar los valores noticia señalados (POU, 2007)

son discrepantes del pensamiento dominante y la vida social; el costumbrismo, la manifestación pública de la religiosidad⁸. Todo ello formula la idea de trivialización y editorialización del discurso periodístico a partir del hecho religioso.

Las noticias que aparecen en la prensa de información general ubicadas en la sección ‘Religión’ presentan una Iglesia fuertemente jerarquizada -son noticia los hechos o declaraciones de obispos pero se deja poco lugar a informaciones sobre asociaciones o grupos no vinculados directamente con la jerarquía; cuando éstos aparecen son discrepantes con la “voz oficial”-.

Las informaciones suelen estar vinculadas a la “temporalidad” de la Iglesia y, en muchos casos, se presenta, por tanto, como una institución política -con sus elecciones, facciones y dirigentes- a lo que contribuye notablemente el uso del lenguaje político.

Una de las dificultades de la información religiosa, precisamente, se encuentra en las claves del discurso. El discurso religioso poco o nada tiene que ver con el discurso periodístico informativo habitual. Es el discurso de la trascendencia frente al de la inmediatez y el apunte rápido y efímero. Conjugar los dos es una tarea sumamente difícil. Ésa es la razón por la que se producen malentendidos o presentaciones de temas de forma frívola o superficial que requieren, sin embargo, tratamientos profundos.

4. Géneros periodísticos para la realidad religiosa

El discurso periodístico se ha estructurado tradicionalmente en torno a la clásica división del periodismo anglosajón: *stories* (relatos de hechos) y *comments* (comentarios) cuya existencia ha sido reiteradamente alabada por los especialistas (MARTÍNEZ ALBERTOS, 1999). Se trata de la diferenciación entre la información y la opinión, que dio origen a los géneros periodísticos y cuya mezcla ha sido contemplada a menudo como la mayor muestra de manipulación, de falta deontológica de primer orden y de deslizamiento desde la información hacia la propaganda. También la realidad religiosa se presenta desde los dos elementos periodísticos: aquellos discursos que buscan dar a conocer qué ha sucedido y aquellos que pretenden ofrecer puntos de vista en torno a lo ocurrido.

El discurso periodístico narrativo cuenta aquellos acontecimientos que se desarrollan en la vida de instituciones u organizaciones religiosas, en su desarrollo social y, por tanto, en su relación con otras instancias así como las diferentes manifestaciones externas de la práctica y experiencia religiosa.

⁸ Furio COLOMBO (1997: 119-9) ha analizado los modos de tratar la información religiosa en Italia, con la figura del vaticanista, y en Estados Unidos, con una situación multicultural y multirreligiosa. Los condicionamientos en cada lugar son distintos pero la conclusión a la que llega Colombo es común: “...un exceso de respeto y de cautela oculta el embarazo de una antigua indiferencia cuando no un inconsciente rechazo de la religión como tema al menos de la misma importancia que la política o la economía [...] En este modo de trabajar, la noticia religiosa no adquiere nunca la dimensión y la dignidad plena y visible de las demás noticias [...]. Como si “religión” fuera únicamente la ceremonia y “periodismo religioso” fuera únicamente la narración de la ceremonia” (Vid. también CEJAS, J.M., 1990: 49-55)

Como ya se ha dicho, la información religiosa se ve condicionada por la noción de “acontecimiento periodístico” y “noticia” de modo tal que, al pretender hallar una noticia entre lo sucedido y siendo esto solo el elemento externo de una vivencia íntima y personal, la información religiosa se queda en la práctica religiosa o sencillamente en la inserción de una organización religiosa en la vida social.

Por eso es tan recomendable el tratamiento de la realidad religiosa desde formatos distintos a la mera noticia o la mera información, como el reportaje interpretativo, la entrevista de personalidad y, sobre todo, la crónica. Estos géneros proporcionan un espacio para ofrecer claves que ahonden en la vivencia espiritual, en elementos internos e íntimos del ser humano, en interpretaciones que introduzcan al lector en el complejo mundo de las creencias.

En relación a los textos de opinión, cabe decir que a menudo la selección de las voces que hablan en los medios sobre asuntos religiosos no es la más adecuada o, cuanto menos, es limitada. La razón es que, dado el enfoque político de la información religiosa, se buscan opiniones de personalidades no siempre vinculadas al contexto religioso para hablar del hecho religioso. Así, por ejemplo, tras el terrible atentado islamista en Madrid, hubo que esperar al 7 de abril para que se publicara un artículo de Mansur ESCUDERO, Presidente de Junta Islámica de España, en el diario *El País*. Es el primero de un responsable islámico pues el Arzobispo de Mérida-Badajoz publicó otro el 25 de marzo en *ABC*. Y ello, a pesar de que, entre las motivaciones que apuntaban a grupos islamistas, pudieran estar las religiosas.

5. El profesional y el activista, dos modos de hacer información religiosa

Otra de las claves que conviene tener en cuenta para analizar la información religiosa es la existencia de dos modos de contemplar la actividad del periodista religioso: la profesional y la activista. La visión profesional considera que la información religiosa es un contenido periodístico más, que requiere un tratamiento específico derivado de su especialización y que exige el mismo rigor y las mismas pautas de conducta profesional que las demás secciones, esto es, contraste de informaciones, selección de la noticia en función de su interés periodístico, relevancia de las fuentes institucionales, búsqueda del interés general, separación de información y opinión y distanciamiento entre el periodista y su información.

La visión que hemos llamado ‘activista’ asimila información religiosa y difusión de la fe porque considera que el periodismo religioso, por ejemplo en el contexto católico, ha de compartir los fines de la Iglesia y estar al servicio de la evangelización. Este segundo enfoque puede resultar conflictivo en la prensa de información general cuando el contexto social es multirreligioso, excepto en aquellos casos en los que su “activismo” no esté al servicio de una religión o confesión concreta sino que busque sensibilizar a la opinión pública respecto a la presencia de lo religioso en la vida de la comunidad.

Este enfoque es el pertinente en la llamada prensa religiosa, esto es, publicaciones pertenecientes a entidades religiosas y cuyo contenido esencial está relacionado con la

vida religiosa. Sin embargo, también se ha dado con frecuencia en publicaciones generalistas cuando la línea editorial del medio defendía un planteamiento religioso concreto, aunque no hay que olvidar cómo el “activismo” puede proyectarse en sentido opuesto, es decir, con objeto de sensibilizar a la opinión pública contra el hecho religioso y su manifestación externa o contra una religión concreta. En ambos casos, el problema surge cuando se confunde propaganda y periodismo, por ejemplo, al ofrecer un punto de vista personal como si fuera un dato contrastado, es decir, al presentar una opinión como una información.

La diferencia entre ellas no radica tanto en el compromiso personal como en la capacidad crítica sobre la realidad (DÍEZ BOSCH, 2006: 73), porque la información de calidad puede formar parte de un proyecto evangelizador y propagandístico sin ejercer violencia alguna sobre el contenido del medio. Aun así hay que reconocer que el distanciamiento requerido por este primer enfoque es una dura prueba para un periodista comprometido con los fines de una entidad religiosa, como señala Furio COLOMBO (1997), de ahí la necesidad de una exigente formación intelectual, profesional y deontológica así como una clara definición ideológica del medio para el que trabaja el informador. En ocasiones el inadecuado tratamiento de la información religiosa viene dado, simplemente, por el desconocimiento de la realidad religiosa.

Partiendo, pues, de la existencia de estos dos modos de contemplar la actividad del periodista religioso, pueden analizarse los problemas que genera cada uno de ellos. En el primer caso, el enfoque de la información religiosa tratada como cualquier otra información viene determinado por lo periodísticamente relevante. Es decir, el criterio que se utiliza en los procesos de selección, inclusión, exclusión y jerarquización, es el interés general o el interés de esa información para el lector. Ahora bien, lo ‘periodístico’ magnifica los elementos negativos y conflictivos, crea ‘villanos’ y ‘héroes’, simplifica las realidades complejas y presenta una realidad fragmentada, por lo que el sometimiento absoluto a esos criterios puede deformar la visión que los lectores lleguen a tener de la vivencia religiosa.

En el caso del segundo enfoque, prima muchas veces el interés de las fuentes por encima del interés del lector. En ocasiones se confunde aquello que beneficia o perjudica a un responsable de una institución religiosa con lo que beneficia o perjudica a la institución y todo ello se asocia con lo que debe ser publicado o callado. En una palabra, en nombre de la difusión de un mensaje religioso, el periodista cae en el error de convertirse en jefe de prensa de la entidad religiosa. Además, el periodista tiene la tentación de hacer que la realidad responda a su fin evangelizador por lo que se puede descompensar la importancia concedida a aquellos hechos que confirmen la toma de posición previa en detrimento de los que no.

En definitiva cuando el periodismo religioso se entiende como una técnica de propaganda –bien al servicio de la fe o de su manifestación externa, bien al servicio de su reducción al ámbito privado- la información puede venir condicionada por el prejuicio y, por tanto, ofrecerse inadecuadamente al lector. La visión de la realidad

estará, pues, distorsionada.

La realidad religiosa constituye una materia especialmente sensible. Son contenidos vinculados a opciones personales profundas, a entornos culturales y vivencias familiares, a tradiciones y a elementos que tocan de lleno la propia estructura personal del individuo. Ante ellos, todo ser humano adopta una posición que muchas veces tiene en sus raíces motivaciones afectivas o emocionales y no únicamente racionales así como condicionantes ambientales. De ahí que sea tan difícil eliminar los prejuicios y tópicos que condicionan el enfoque, el uso del lenguaje o la selección de las redes de fuentes.

6. Conclusiones

1. El análisis de la realidad y su narración periodística demandan un conocimiento del hecho religioso como parte de la realidad social pero sobre todo como clave hermenéutica para interpretar el mundo.

2. La aplicación de la noción de “acontecimiento periodístico” resulta compleja en el ámbito religioso y favorece la focalización en el conflicto.

3. La complejidad del hecho religioso requiere un tratamiento interpretativo a partir de los géneros y formatos que favorezcan la profundización.

4. El mensaje periodístico acerca del hecho religioso exige la aplicación de los mismos criterios profesionales que se utilizan en las demás áreas informativas y no un activismo que aproxima este contenido a la propaganda.

7. Referencias bibliográficas

BRU, M.

1996: “La información religiosa en España”, en *Ciudad Nueva*, 11, pp. 38-39.

CEJAS, J.M.

1990: “¿Cómo aparece la Iglesia en la prensa? La información religiosa en España: algunas de sus principales deficiencias”, *Palabra* 307, XI-1990.

COLOMBO, Furio

1997: *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama.

CONTRERAS, Diego

2004: *La Iglesia católica en la prensa: periodismo, retórica y pragmática*. Pamplona, EUNSA.

DIEZHANDINO, Pilar

1994: *El quehacer informativo: el arte de escribir un texto periodístico*. Bilbao, Servicio de publicaciones Universidad del País Vasco.

DÍEZ BOSCH, Miriam

2006: “La información religiosa. Hacia una naturalización del periodismo religioso en los medios”, SRAMPICKAL, Jacob; MAZZA, Giuseppe y BAUGH, Lloyd (2006): *CrossConnections. Interdisciplinary Communications Studies at the Gregorian University*. Roma, Pontificia Università Gregoriana.

FONTCUBERTA, Mar de

1997: “Propuestas sistemáticas para el análisis y producción de información periodística especializada”, en VVAA, ESTEVE, Francisco (coord.) (1997): *Estudios sobre Información periodística especializada*. Valencia, ed. Fundación Universitaria San Pablo-CEU.

GOMIS, Lorenzo

1991: *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona, Paidós.

GONZALEZ BLASCO, P. y GONZALEZ ANLEO, J.

1992: *Religión y sociedad en la España de los 90*. Fundación Santa María, Madrid, ediciones SM,.

GUASCH, J.M.

1990: “La prensa” en VVAA (1990): *Introducción a los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones paulinas.

HENAU, E.

1994: “¿Quién habla en nombre de la Iglesia católica en los medios de comunicación?”, en *Concilium* 255, pp. 833-843.

HIGUERUELA DEL PINO, Leandro

2008: “Panorama actual de la prensa católica en España” en FERNÁNDEZ SANZ, Juan José (2008): *Prensa especializada. Doce calas*. Madrid, McGraw-Hill.

JAVIERRE, José María

1991: “Comunicación de las ideas religiosas” en BENITO, Ángel (1991): *Diccionario de Ciencias y técnicas de comunicación*. Madrid, Ediciones paulinas.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis

1999: “El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos”, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº5. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.

POU AMÉRIGO, María José

2007: *Los obispos en la vida pública española*. Madrid, Fundación Universitaria San Pablo-CEU.

RAMÍREZ, Txema

1995: *Los gabinetes de comunicación: funciones, disfunciones e incidencias*. Barcelona, Bosch.

RODRIGO ALSINA, Miquel

1996: *La construcción de la noticia*. Barcelona, Paidós.

SERRANO OCEJA, José Francisco

2004: “Información religiosa especializada”, en FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (2004): *Periodismo especializado*. Barcelona, Ariel.

WOLF, Mauro

1991: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Barcelona, Paidós.