

El obispo de Donosti califica la forma de comunicar del Papa como “profunda y sencilla”

El obispo de San Sebastián, Mons. José Ignacio Munilla, pronunció unas palabras sobre el Papa Francisco y la comunicación el sábado 9 de noviembre durante el encuentro de Delegados de Comunicación Social del Consejo de Conferencias Episcopales de Europa, celebrado en Barcelona

*D. José Ignacio Munilla califica la forma de comunicar del Papa como “profunda y sencilla” y asegura que lo realmente novedoso es que “por primera vez el ‘kerigma’ de la Iglesia, es noticia en los medios de comunicación generalistas”. El siguiente texto ofrece un repaso de los signos, gestos y palabras del Papa **Francisco** y analiza lo más novedoso en su comunicación, como las homilías diarias en Casa Santa Marta o la iniciativa de conceder entrevistas a varios medios, lo que supuso una sorpresa también para el jefe de prensa del Vaticano, **Federico Lombardi**.*

* * *

Estimados hermanos obispos responsables de la Pastoral de Comunicación en las diversas Conferencias Episcopales europeas, queridos amigos todos:

En primer lugar quiero reiterar mi agradecimiento por vuestra presencia, como hice ayer en la sesión de apertura; así como agradecer también las intervenciones que hemos escuchado hasta ahora, que nos ayudan a vivir en profundidad la comunión de la Iglesia que se hace visible en su comunicación.

Me corresponde a mí ahora hacer una lectura de los primeros ocho meses del pontificado del Papa Francisco desde el prisma de la comunicación. Aun siendo consciente de mi atrevimiento, lo hago con la confianza en que vosotros mismos sabréis completar las lagunas de mi exposición, y con la convicción de que todavía necesitamos más tiempo para llegar a tener una visión más matizada de la comunicación en Francisco.

Insertado en un ‘kairos’

No sería correcto abordar el tema de la comunicación en el Papa Francisco centrándonos de forma exclusiva en su carisma, cualidades, singularidades, métodos, etc. Si hiciésemos esto, nos estaríamos olvidando de que cada uno de nosotros –y muy especialmente el Papa– estamos insertados en un plan providencial que Dios lleva adelante en la Historia de la Salvación por medio de su Iglesia. En consecuencia,

es importante que nos adentremos también en el misterio del *kairos* (el tiempo de gracia que vivimos en el momento presente), para poder comprender el carisma comunicativo del Papa Francisco.

Una parte muy importante del éxito de la comunicación se basa en la buena receptividad de aquellos a quienes se dirige el mensaje. Sin esa receptividad, el carisma de un comunicador excelente se vería muy limitado, o incluso, condenado al fracaso. Pues bien, mi tesis de partida es la siguiente: El gesto profético realizado por Benedicto XVI con su renuncia, ha permitido la apertura de una parte importante de la opinión pública y de los medios de comunicación, hacia una mejor comprensión del ministerio del pastoreo en la Iglesia.

En efecto, la renuncia de Benedicto XVI *descolocó* a quienes hacían una lectura de la vida de la Iglesia en clave de ambición por el poder. La decisión de Benedicto XVI dejaba al descubierto la auténtica realidad sobre el ministerio pastoral: Amor a la Iglesia por encima del protagonismo personal; concepción de la jerarquía como servicio; confianza en que Dios cuida de la Iglesia y sabe guiarla en medio de los temporales y las pruebas...

A lo anterior se añade el modo en que se realizó la elección del Papa Francisco, que dejó patentes otros aspectos importantes: La no existencia de estrategias humanas en la elección del sucesor de Pedro; la fe en la invocación al Espíritu Santo con plena disposición de acoger su inspiración; la universalidad de la Iglesia por encima de nuestras visiones parciales y limitadas...

Todo ello ha permitido que algunos medios de comunicación hayan puesto entre paréntesis -aunque solo sea parcialmente- los prejuicios con los que anteriormente juzgaban la vida de la Iglesia. Es como si se hubiese roto una especie de "*cercos mediático*" en torno a la Iglesia, o como si se hubiese producido una "*tregua*" en medio de una estrategia laicista y anticlerical.

Me viene a la memoria la famosa máxima agustiniana: *«Para poder amar hay que conocer; pero para poder conocer hay que amar»*. Ciertamente, con la elección del Papa Francisco estamos asistiendo a un caso práctico de este principio. La acogida afectuosa dada al nuevo Papa se ha traducido, en algunos sectores, en un voto de confianza hacia su ministerio; lo cual posibilita un conocimiento objetivo del mensaje de la Iglesia.

La resultante es que un momento histórico especialmente difícil de la vida de la Iglesia, que estaba suponiendo un notable desgaste mediático (IOR, Vatileaks, etc.), se ha transformado en un *kairos*; en un momento especial de gracia. Y todo ello ha acontecido, no ya como

consecuencia de una estrategia humana, sino como fruto de la acción del Espíritu Santo en su Iglesia; que no solo es *apostólica*, sino que también es *carismática*.

Carisma y originalidad

Aun siendo muy importante la reflexión previa sobre el *kairos* en el que tiene lugar la comunicación en el Papa Francisco, es igualmente relevante la sensibilidad singular que caracteriza al Santo Padre, que en mi opinión refuerza su capacidad comunicadora. Francisco es un *hombre de Dios* profundamente tradicional, al mismo tiempo que nada conservador.

Dado que la traducción a otros idiomas de estos dos términos -*tradicional* y *conservador*- puede prestarse a equívocos, conviene precisar el sentido en el que los he utilizado: He descrito a Francisco como un hombre *profundamente tradicional*, en el sentido teológico del concepto *Tradición*. Baste recordar sus frecuentes referencias al *Catecismo de la Iglesia Católica* como la regla autorizada de nuestra fe; la utilización habitual, en sus discursos, de diversos conceptos olvidados en la modernidad (el influjo de Satanás en nuestra vida, el peligro de mundanización, etc.); su llamada a la conversión y a la autenticidad evangélica... Y al mismo tiempo, he descrito a Francisco como un hombre *nada conservador*, desde la perspectiva de la llamada que el Papa hace a la reforma de los usos y costumbres clericales y eclesiales, que no han de ser confundidos con la propia Tradición de la Iglesia.

La combinación que hace el Papa de estos dos aspectos (plena fidelidad a la Tradición y libertad evangélica para discernir sobre los modos eclesiales -así como sobre los hábitos clericales-), le coloca en una situación privilegiada para la comunicación. Estamos ante un estilo de comunicación que favorece la atención a lo esencial, evitando así que lo *secundario* ocupe el lugar de lo *sustancial*.

Frente a manipulaciones y distorsiones: Estrategia de lo esencial

Es cierto que una buena parte de los medios de comunicación -que adolecen de la formación teológica necesaria para poder dar noticia del mensaje de la Iglesia- tiende a centrar su atención en aspectos superficiales, enfatizando las diferencias entre el Papa Francisco y el Papa emérito Benedicto XVI, hasta el punto de pretender contraponerlos. (Tomemos como ejemplo, la profusión de fotos y comentarios sobre los zapatos que calza Francisco, comparándolos con los zapatos rojos de Benedicto XVI, etc.)

Más aún, determinados medios -por desgracia, algunos de ellos incluso eclesiales- han creado falsas expectativas en torno al Papa Francisco; en el sentido de esperar de él un cambio de elementos sustanciales de nuestra fe y de nuestra moral. Según ellos, el Papa debería cambiar la moral sexual católica, modificar la Tradición de la Iglesia con respecto al ministerio sacerdotal y episcopal, etc. No es difícil pronosticar que la creación de estas falsas expectativas puede tornarse, llegado el momento, en un juicio crítico hacia el Papa. Alguien dijo que los primeros meses del pontificado del Papa Francisco están siendo un “*Domingo de Ramos*” con respecto a la comunicación; pero que es previsible la llegada del “*Viernes Santo*”...

Sin embargo, a pesar de la existencia de estas falsas expectativas y de otras manipulaciones, lo que está fuera de duda es que el presente *kairos* en la vida de la Iglesia está posibilitando que los medios de comunicación se estén haciendo eco, con bastante profusión y detalle, del mensaje del Papa Francisco. Existe una inusitada apertura a conocer e incluso a intentar comprender su mensaje. Para que este *milagro* haya sido posible, el Papa se ha centrado en la predicación del *kerigma* combinándolo con una catequesis vivencial; dejando para momentos posteriores los desarrollos de las cuestiones morales mediáticamente conflictivas. Son de sobra conocidas sus palabras en la rueda de prensa que tuvo lugar en el vuelo de retorno de Río de Janeiro, en las que, preguntado por su posicionamiento ante los temas morales más contestados desde la mentalidad secularizada, respondía diciendo que como «*hijo de la Iglesia*», su pensamiento está en la plena comunión magisterial, pero que al mismo tiempo él entiende que no debe de centrar su discurso en los temas morales.

Gestos, signos y palabras

Jesús predicó el Reino de Dios mediante ‘*signos*’ y palabras (Cfr. *Lc* 24, 19, *Jn* 10, 38). Los apóstoles, revestidos de la fuerza del Espíritu, continuaron aquel mismo modo de predicación evangélica -al que podríamos definir como “*sacramental*”-, integrando los signos y las palabras (Cfr. *Hch* 3, 6). Este estilo comunicativo de Jesús de Nazaret ha marcado la forma de comunicación de la Iglesia; y llegados al Papa Francisco, estamos siendo testigos de un retorno a los orígenes de esta realidad evangélica.

Cuando la tarde del 13 de marzo de 2013, el Papa Francisco se asomó a la Logia de las Bendiciones de la Basílica de San Pedro, en apenas diez minutos, había quedado patente su gran originalidad y frescura en una forma de comunicación, que resultó ser tremendamente significativa e interpelante para sus interlocutores.

Pasados los ocho primeros meses de pontificado, podemos constatar que la comunicación en Francisco está marcada por una integración de signos, gestos y palabras, que han otorgado al Papa una gran capacidad comunicativa y una insólita cercanía a los oyentes -con independencia de su origen, cultura, credo o posición social-. Se está viviendo un llamativo acercamiento de los alejados a la Iglesia e incluso a la práctica religiosa.

- Entre los signos que todos recordamos, podemos destacar la elección de Lampedusa como su primer viaje fuera de la Península Itálica, el báculo de madera de cayuco que allí utilizó y el altar sobre la patera. En un sentido similar podríamos destacar su elección de Santa Marta como lugar de residencia; la utilización de vehículos sencillos para sus desplazamientos; las imágenes de su ascenso al avión y su descenso de él, portando su maletín en la mano; el lavatorio de pies en una cárcel de jóvenes, en la celebración del Jueves Santo...

- Entre los gestos del Papa Francisco, recordamos su afectuosa cercanía al Papa emérito Benedicto XVI en la visita a Castelgandolfo; la publicación de su primera encíclica *“a cuatro manos”* en conjunción con su antecesor; la ternura que manifiesta a los enfermos, a los niños y a los jóvenes en cada encuentro... (Soy consciente de que es difícil establecer una frontera entre signos y gestos, ya que los encontramos plenamente fundidos).

- Entre las palabras, destacamos las que improvisa en medio de sus discursos u homilías, que brotan del corazón y se convierten en titular para los medios de comunicación. Su palabra *“vergüenza”*, ante la tragedia de Lampedusa, resonó en todo el mundo con una contundencia inusitada. Sus palabras son sintéticas e intuitivas, de forma que se trasladan fácilmente a los titulares: *«El apego al dinero te destruye a ti y a tu familia»*, etc.

Al mismo tiempo, el Papa Francisco se desenvuelve con gran comodidad y espontaneidad en el género de las parábolas, haciendo así su mensaje más cercano y comprensible. No es difícil suponer hasta qué punto pudieron resultar inolvidables para los jóvenes brasileños aquellas palabras pronunciadas en Copacabana:

«Aquí, en Brasil, como en otros países, el fútbol es una pasión nacional. Pues bien, ¿qué hace un jugador cuando se le llama para formar parte de un equipo? Debe entrenarse, y entrenarse mucho. Así es en nuestra vida de discípulos del Señor. San Pablo nos dice: “Los atletas se privan de todo, y lo hacen para obtener una corona que se marchita; nosotros, en cambio, por una corona incorruptible” (1 Co 9,25). ¿Jesús nos ofrece algo más grande que la Copa del Mundo! Nos

ofrece la posibilidad de una vida fecunda y feliz, y también un futuro con él que no tendrá fin, la vida eterna. Pero nos pide que entrenemos para “estar en forma”, para afrontar sin miedo todas las situaciones de la vida, dando testimonio de nuestra fe. ¿Cómo? A través del diálogo con él: la oración, que es el coloquio cotidiano con Dios, que siempre nos escucha. A través de los sacramentos, que hacen crecer en nosotros su presencia y nos configuran con Cristo. A través del amor fraterno, del saber escuchar, comprender, perdonar, acoger, ayudar a los otros, a todos, sin excluir y sin marginar. Queridos jóvenes, ¡sean auténticos “atletas de Cristo”!».

Dos géneros novedosos

A lo anterior se añade que estamos siendo testigos de dos géneros novedosos en la comunicación de los papas: La homilía diaria en Santa Marta y la entrevista personal o en grupo, sin guiones previos, sin acuerdos, sin revisiones; como decimos en el idioma español, “a pecho descubierto”.

La homilía diaria en Santa Marta está teniendo una repercusión mediática inusitada. La forma de hablar del Papa, la claridad de su mensaje, la utilización de imágenes y de titulares, hace que los resúmenes de sus palabras que diariamente publica *Radio Vaticana* y *L'Osservatore Romano* (elaborados independientemente) tengan una difusión mundial, y que sean muchos los medios que las reproducen en sus boletines. Estas homilías son ya una parte importante del conjunto de la predicación del Papa. También las entrevistas han tenido un notable eco. Empezando por la que concedió a los medios durante el vuelo de regreso de la JMJ; así como las concedidas en sucesivas conversaciones, a Antonio Spadaro, para la *Civiltà Cattolica* y a Eugenio Scalfari para *La Repubblica*. Ambas tuvieron una repercusión mundial y prácticamente todos los medios de comunicación se hicieron eco de ellas. Hay que decir que estos géneros no habían sido utilizados prácticamente por los papas anteriores, y su repercusión y la imagen de cercanía y credibilidad que transmiten, los hacen recomendables.

La ventaja de estos formatos que utiliza el Papa es que antes de dirigir su mensaje, ya ha podido empatizar con los periodistas y con los mismos usuarios de los medios. A los medios no les queda más remedio que ser coherentes con esa imagen del Papa que previamente ha calado en los cristianos -y también en muchos no cristianos- por su relación personal con ellos. Es más difícil criticar a un Papa que cae bien, que tiene mensajes claros, que habla de lo que une, de lo común, de lo que todo el mundo entiende y aprecia.

Por último, podríamos subrayar igualmente que el Papa Francisco ha tomado con decisión el testigo de Benedicto XVI en la evangelización del “*Sexto Continente*”. La cuenta de *Twitter* elegida por Benedicto XVI (@pontifex) ha facilitado esta continuidad; y el estilo comunicativo rápido e intuitivo de Francisco, ha contribuido a aumentar exponencialmente el número de seguidores de esta cuenta.

El resultado de todo ello, es que asistimos a una novedad grande en el método de la comunicación de la Iglesia, y esto es una enseñanza fundamental para todos nosotros: Los medios ya no marcan la agenda del Papa (lo que deba hablar o callar, etc.); por el contrario, es el Papa el que marca la agenda a los medios. En buena medida, es la forma de comunicación de Francisco la que determina los encuadres, los temas, y los titulares... En definitiva, estamos asistiendo a una lección de comunicación por parte del Papa Francisco (aun cuando él no tenga conciencia alguna de ello): La Iglesia tiene una agenda repleta de temas interesantes y valiosos para todos los hombres, de la que los medios de comunicación se hacen eco.

Coherencia, valentía y transparencia

¿Dónde está el secreto último del carisma comunicativo del Papa Francisco? Sin duda alguna, la primera clave es su coherencia o autenticidad. En la teoría de la comunicación, actualmente se subraya la importancia de *transmitir credibilidad*. Pues bien, en el Papa Francisco se aprecia una gran coherencia entre lo que piensa, lo que dice, lo que hace y lo que vive. Más aún, el Papa denuncia con frecuencia el peligro contrario. Por ejemplo, cuando el pasado 14 de abril visitó la Basílica de San Pablo, el Papa señaló la incoherencia de los pastores y de los fieles como un grave problema para la Iglesia. Lo hizo recordando a San Francisco de Asís: «*Me viene ahora a la memoria -decía el Papa- un consejo que San Francisco de Asís daba a sus hermanos: Predicad el Evangelio y, si fuese necesario, también con las palabras. Predicar con la vida: El testimonio. La incoherencia de los fieles y los Pastores entre lo que dicen y lo que hacen, entre la palabra y el modo de vivir, mina la credibilidad de la Iglesia*». En consonancia con esto, las palabras de Francisco se plasman en sus obras y en su vida. Por ejemplo, si habla de cercanía con los que sufren y abraza a los enfermos al final de su audiencia, a continuación manda al Limosnero del Papa a repartir su ayuda a Lampedusa. Es decir, la coherencia es notoria y palpable. Y es que, como decía Pablo VI en la exhortación apostólica *Evangelii Nuntiandi*, el mundo está más necesitado de testigos que de maestros; y solo aceptará a los maestros en la medida en que sean testigos.

A esta autenticidad o coherencia que hemos señalado en primer

lugar, hay que añadir otros dos conceptos importantísimos que garantizan la credibilidad de la comunicación de Francisco: la *valentía* y la *transparencia*.

No cabe la menor duda de que Benedicto XVI y Juan Pablo II habían caminado por esta misma senda de la *valentía* y de la *transparencia*. Su política de comunicación en medio de la crisis de los sacerdotes implicados en casos de abusos, fue contundente. Ahora, la comunicación del Papa Francisco avanza en esa dirección, y supera definitivamente el error de un silencio obstinado de otros tiempos; una silencio que dio pie a muchas incomprensiones, a ataques indiscriminados hacia la Iglesia y a falsas acusaciones que han cuajado en una parte importante de la opinión pública. El Papa Francisco nos da un empujón definitivo para que perdamos el miedo a la comunicación del mensaje cristiano y de la vida de la Iglesia.

Aclaremos algo importante: La coherencia, la *valentía* o la *transparencia* del Papa Francisco, no forman parte de una táctica proselitista. No es una estrategia nacida de un gabinete de comunicación o de un experto de *marketing*. El Papa actúa así porque es así. No finge, no interpreta un papel para transmitir una enseñanza. Actúa como es y su ejemplo arrastra. *«Cuando coge el maletín en sus manos para subir al avión que le lleva a Río -señala el P. Lombardi- no interpreta un papel para enseñarnos algo. Él siempre lleva su maletín con sus cosas, y al hacerlo así, nos está enseñando algo»*. Su actuar es consecuencia de su ser. El sacerdote jesuita Gerardo Whelan, profesor de Teología en la Universidad Gregoriana, dice de él: *«No es falso. Siempre ha sido así. Es una persona muy fuerte e inteligente que sabe el significado de sus acciones simbólicas. Está enviando mensajes a través de sus acciones que no son accidentales»*.

Profundidad y sencillez

Decía Chesterton que *«las palabras de los pedantes son un sustituto del pensamiento»*. De hecho, la tradición catequética de la Iglesia demuestra que los grandes misterios de la fe se pueden expresar en un lenguaje sencillo y adaptado a los diversos interlocutores, sin que por ello peligre la integridad ni la profundidad.

En el caso del Papa Francisco, su éxito de comunicación se debe en buena medida a su expresión, a medio camino entre el lenguaje *kerigmático* y el catequético. Sus palabras son sencillas, coloquiales; basadas en imágenes de gran impacto expresivo que no pueden ser casuales, sino que brotan primero de la oración y después del deseo de hacerse entender.

Francisco es un Papa que no necesita intérpretes. Ninguna de sus palabras, homilías, respuestas o discursos, necesitan un diccionario o un experto teólogo al lado, para aclarar lo que dice. De hecho, cuando alguien intenta interpretar las palabras del Papa, contextualizarlas, matizarlas o redondearlas, se hace sospechoso de manipulación. Y lo cierto es que este estilo consigue hacerse un hueco entre las noticias del día, de cualquier telediario del mundo.

Stefania Falasca, periodista y editorialista del periódico de la Conferencia Episcopal Italiana *Avvenire*, ha comparado la oratoria del Papa Francisco al *“sermo humilis”* del que habla San Agustín. Su llamamiento a sacerdotes y obispos en la Misa Crismal del Jueves Santo, para ser *«pastores con olor a oveja»* nos trae a la memoria el sermón sobre los obispos del Santo de Hipona.

El P. Antonio Spadaro S.I., que realizó la famosa entrevista al Papa, a la que hemos hecho alusión, ha señalado recientemente que al Papa Francisco le gusta comunicarse personalmente, sin intermediarios. Así se ve en sus llamadas de teléfono particulares a la gente común, o en las fotografías que se hace con unos jóvenes en Instagram. También recordaba Spadaro cómo *«toda la entrevista estaba orientada a la comunicación, porque para el Papa Francisco comunicar es una exigencia»*.

Por su parte, Mons. Celli, presidente del Consejo Pontificio para las Comunicaciones ha propuesto tres claves para describir la comunicación en el Papa Francisco:

- El enfoque inmediato y directo de su dialogar. El Papa Francisco logra combinar frases simples con la riqueza del contenido de la fe: Sabe establecer una sintonía profunda. El primer elemento a destacar es la capacidad del Papa de trazar, en sus homilías, el perfil esencial del discípulo del Señor.

- La utilización de las imágenes. El Papa las usa porque ayudan a que el hombre capte inmediatamente los contenidos profundos de la fe y del mensaje evangélico: El *olor de las ovejas* que deben tener los sacerdotes, como el buen pastor; o las lágrimas del sufrimiento, que son como lupas que permiten que el hombre se vea al lado del Señor.

- La expresividad de sus gestos. Cuando coge a un niño, cuando abraza a un enfermo, cuando levanta el pulgar mirando a los jóvenes, pone de manifiesto una disposición acogedora y un saber compartir con los hombres de nuestro tiempo.

Epílogo

Es importante que no perdamos de vista que la comunicación en el Papa Francisco no nace de un carisma personal en la expresión, ni mucho menos de una técnica ensayada. Más bien, la fuente de su comunicación está en otros dos factores, que voy a desarrollar brevemente sirviéndome de dos celebres expresiones pronunciadas por Francisco en estos primeros meses:

- Un celo apostólico que nos permite superar temores y arriesgar en la comunicación: *«Una Iglesia que no sale, a la corta o a la larga, se enferma en la atmósfera viciada de su encierro. Es verdad también que a una Iglesia que sale le puede pasar lo que a cualquier persona que sale a la calle: tener un accidente. Ante esta alternativa, les quiero decir francamente que prefiero mil veces una Iglesia accidentada que una Iglesia enferma».*

- Un cristocentrismo que hace de la identidad de la Iglesia la servidora de la Palabra del Señor: *«La enfermedad típica de la Iglesia encerrada es la autorreferencial; mirarse a sí misma, estar encorvada sobre sí misma como aquella mujer del Evangelio. Es una especie de narcisismo que nos conduce a la mundanidad espiritual y al clericalismo sofisticado, y luego nos impide experimentar la dulce y confortadora alegría de evangelizar».*

En efecto, el Papa Francisco está presentando un rostro de la Iglesia que no es *autorreferencial*, sino plenamente referida a Jesucristo. Cuando los jóvenes le aclamaban en Rio de Janeiro, al grito de *“¡Francisco, Francisco!”*, él les invitaba a reformular sus aclamaciones, diciendo *“¡Jesucristo, Jesucristo!”*.

El Vicario de Cristo en la tierra está llamado a comunicar a todo el mundo que Jesucristo es la única razón de ser de la Iglesia, además de ser también la respuesta al deseo humano de verdad, bondad y belleza. Esta perspectiva cristocéntrica, unida a su celo apostólico, conforma y determina en gran medida la comunicación en el Papa Francisco.

El carisma del Papa Francisco -en el contexto del *kairos* en el que estamos insertos- nos ofrece una buena oportunidad para mejorar la comunicación del mensaje de salvación a nuestra sociedad. ¡Muchas gracias!

Mons. José Ignacio Munilla Aguirre

Obispo de San Sebastián

Presidente de la Comisión de las Comunicaciones Sociales. CCEE