

LA NATURALEZA DE LAS MEDIACIONES MASSMEDIÁTICAS EN EL PENSAMIENTO DEL BEATO JOSEMARÍA ESCRIVÁ DE BALAGUER

Sandra Idrovo Carlier *

Comenzado ya el siglo XXI y embarcados en una sociedad donde los términos globalización, mercados, consumo, diferencia, velocidad, acceso, tecnología, etc., son empleados para definir casi todos los ámbitos de la vida humana, y por lo tanto identificar casi ninguno, sorprende encontrar en el pensamiento del Beato Josemaría Escrivá de Balaguer, notas claves que permiten ubicar y entender adecuadamente la razón y modo de ser de las actuales mediaciones massmediáticas.

Un poco de historia mediática

A principios del siglo pasado con el desarrollo de los avances tecnológicos que facilitaron la aparición y consolidación del cine, la radio y un poco más tarde la televisión, y que redefinieron e impulsaron la distribución masiva de libros, revistas, diarios, publicaciones periódicas, etc., se generalizó la utilización de la expresión “medios de comunicación”, “los medios”, *the media*, para referirse de alguna manera al conjunto de ellos.

* MA Ciencias de la Información. Doctora en Comunicación Pública. Productora de noticias de televisión, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador; sidrovo@uees.edu.ec

El modo como éstos fueron entendidos dio origen a diversas aproximaciones teóricas, las cuales a su vez definieron su naturaleza y por lo tanto, los elementos y dimensiones incluidos en ella, de maneras muy concretas.

La tradición funcionalista al igual que la relacionada con la Escuela de Frankfurt y su teoría Crítica concebían los medios de comunicación como instrumentos que se dirigían a una masa indiferenciada, amorfa, que de alguna manera respondía de modo uniforme a los mensajes. Los medios eran los emisores por excelencia, cuyas virtualidades debían ser afinadas para asegurar la eficacia de los efectos en la visión funcionalista, y de la propuesta política denunciando la o las ideologías dominantes, en el caso del racionalismo frankfurtiano.

La pasividad de las audiencias se asumía como dada, y la linealidad de la comunicación, así concebida, cerraba sus ojos a la profunda riqueza del sujeto humano en su naturaleza corpóreo espiritual, a la complejidad de la vida cotidiana, y al carácter interactivo y, hasta cierto punto lúdico, con que los usuarios se relacionan con los medios.¹

Estas limitaciones teóricas desdibujan la naturaleza de los medios y en la práctica facilitan una instrumentalización mediática que va en detrimento del sujeto humano y por lo tanto, de la sociedad civil en la que toman forma.

Ante este panorama y desde finales de los años ochenta, (s. xx), aparecen y se consolidan en el área de la comunicación de masas, tendencias significativas que proponen un retorno al sujeto y un traslado al paradigma de la recepción activa, de la audiencia activa.² La actividad se entiende en relación con la polisemia de los contenidos de los medios y a la lectura que la audiencia realizaría de los diversos textos mediáticos de acuerdo con su situación social, vital, cultural. El sentido de los mensajes se produciría en la interacción de los miembros de la audiencia con una mínima estructura de sentido presente en los textos. En posturas extremas la polisemia es tal que cualquier interpretación de los mensajes es posible.³

¹ Cfr. Wolf, Mauro. *La investigación en la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1987. También Mattelart, Armand y Mattelart, Michele. *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1997.

² Nightingale, Virginia. *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*, Barcelona, Paidós, 1999, pp. 30-47.

³ Fiske, John, *Television Culture*, London, Methuen, 1987.

Si bien es cierto que estas tendencias rescatan en cierta forma al individuo de la masa y reafirman la actividad del sujeto frente a la pasividad del mero receptor, en muchos casos lo circunscriben a actividades reductivas de su naturaleza. La comunicación mediática se convierte en meras prácticas de consumo marcadas a su vez por las lógicas de la producción. Este consumo tendría lugar en un proceso de recepción insertado a su vez en una historia cultural que contextualizaría dichas prácticas y lógicas, y atravesado por mediaciones diversas.

En vista de lo dicho es interesante observar que el pensamiento del Beato Josemaría sobre la naturaleza y fin de los medios de comunicación al enraizarse en una antropología cristiana, se distancia de la conceptualización reductiva de la comunicación, al igual que de los determinismos tecnológicos, sociales y culturales, sin perder por ello de vista la influencia que las diversas situaciones de las personas y el desarrollo de la tecnología, puedan tener tanto en la puesta en forma como en la lectura de los contenidos mediáticos. Al mismo tiempo esta concepción permite advertir el papel principalísimo que están llamados a jugar en la consolidación de la convivencia social.

Naturaleza y fin de las mediaciones mediáticas en el pensamiento del Beato Josemaría Escrivá de Balaguer

Sin haber intentado teorizar acerca de ellos, y siempre entendiendo las realidades temporales desde su profunda comprensión de la verdad de la creación y del misterio de Cristo,⁴ se podría decir que para el Beato Josemaría, la naturaleza y fin de las mediaciones masivas se explican en términos de verdad, libertad y servicio, y con la visión clara que los involucrados en

⁴ “Hablando con profundidad teológica, es decir, si no nos limitamos a una clasificación funcional; hablando con rigor, no se puede decir que haya realidades—buenas, nobles, y aun indiferentes—que sean exclusivamente profanas, una vez que el Verbo de Dios ha fijado su morada entre los hijos de los hombres, ha tenido hambre y sed, ha trabajado con sus manos, ha conocido la amistad y la obediencia, ha experimentado el dolor y la muerte”, Josemaría Escrivá de Balaguer en *Es Cristo que pasa*, n. 112. También n. 120. Para un estudio acerca de la autonomía de las realidades temporales relacionada con el pensamiento del Beato Josemaría Escrivá de Balaguer cfr. Reinhardt, Elisabeth, “La legítima autonomía de las realidades temporales”, en *Romana*, n. 15, vol. 2, 1992, pp. 323-335.

estas puestas en común son personas humanas, criaturas de Dios. No puede por tanto haber oposición entre esas mediaciones y el desarrollo y fortalecimiento de la convivencia entre las personas y las relaciones con Dios y con su entorno, como no debería existir esa oposición cuando se trata de las demás realidades temporales, y eso debido a que lo propio de todas ellas es el progreso humano y servir de camino para llegar al Creador.

Para él somos los cristianos –porque tenemos la responsabilidad sobrenatural de cooperar con el poder de Dios, ya que Él así lo ha dispuesto en su misericordia infinita–, quienes debemos procurar restablecer el orden quebrantado y devolver a las estructuras temporales, en todas las naciones, su función natural de instrumento para el progreso de la humanidad, y su función sobrenatural de medio para llegar a Dios, para la Redención.⁵

De ahí, por ejemplo, que la dimensión tecnológica, al igual que el entramado comercial e industrial implícitos en la realidad de los *media*, tengan razón de ser en función de la realización de las personas involucradas en ellas, no en razón meramente de los contenidos mediáticos y mucho menos razón de fin en sí mismas. El Beato Josemaría era consciente de la vertiginosa y compleja evolución tecnológica, industrial y comercial que los diversos medios experimentaban y de la extensión e influjo creciente que ejercían en las personas, así como también de la trascendencia directa en la instrucción y formación humana, moral, social y religiosa. Todo esto los convertía en piezas de extraordinaria importancia en la vida de las sociedades. Y esto era bueno, en concreto, era bueno que los hombres pretendieran dirigir esos medios a fin de alcanzar una mayor libertad, para propagar buenas soluciones a los problemas del mundo, para dar la buena doctrina de Cristo. La misma idoneidad de estos medios para ayudar a los seres humanos de modo tan eficaz ponían de relieve su existencia como cosas queridas por Dios,

⁵ “Todas las cosas de la tierra, pues, también las criaturas materiales, también las actividades terrenas y temporales de los hombres, han de ser llevadas a Dios –y ahora, después del pecado, redimidas, reconciliadas–, cada una según su propia naturaleza, según el fin inmediato que Dios le ha dado, pero sabiendo ver su último destino sobrenatural en Jesucristo”. Beato Josemaría Escrivá de Balaguer, como citado en Rodríguez, Pedro; Ocáriz, Fernando; Illanes, José Luis. *El Opus Dei en la Iglesia*, Madrid, Rialp, 1993, p. 158.

para el bien de los individuos y de la sociedad, la misma naturaleza de estos medios estaba evidentemente ordenada hacia este fin, lo que a su vez le llevaba a cuestionarse el hecho de que estuviesen tan torcidamente empleadas en muchas ocasiones.

Es interesante observar cómo estas realidades mediáticas permiten, en potencia –es su fin natural–, la puesta en relación de las personas con ese “algo santo, divino, escondido en las situaciones más comunes, que toca a cada uno (...) descubrir”.⁶ En la medida en que así sucede cooperan a “detectar los brillos divinos que reverberan en las realidades más vulgares”⁷ y posibilitan la comprensión de esas realidades colocándolas en perspectiva con respecto al plano sobrenatural y al humano. En otras palabras, permiten el descubrimiento del ser humano en su concreta humanidad; es decir, como realidad corpóreo espiritual, con una unidad vital que combina intimidad y trascendencia, singularidad irrepetible y apertura a lo universal.⁸ Ellos mismos, en sí, son buenos, aseguraba en diversas ocasiones el Beato Josemaría, como también lo son las funciones que pueden ejercer.

Al hacer posible el contar la verdad, por ejemplo, ayudan a luchar contra uno de los grandes males: la ignorancia, entendida ésta de modo amplio, no sólo como falta de erudición, sino como desconocimiento básico de la realidad de la naturaleza humana y de su condición de criatura caída y redimida, y por lo tanto de aquello que le conviene de acuerdo con esa realidad. Lo peor del mundo, señalaba el Fundador del Opus Dei, es que la gente haga barbaridades y no sepa que las hace e impulsaba a proclamar la verdad sin descanso. Y puntualizaba que “el error no sólo oscurece las inteligencias, sino que divide las voluntades”,⁹ acotando que “sólo cuando los hombres se acostumbren a decir y a oír la verdad habrá comprensión y concordia”.¹⁰

⁶ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Conversaciones con Monseñor Escrivá de Balaguer*, Madrid, Rialp, 1986, n. 114.

⁷ *Ibidem*, n. 119.

⁸ Cfr. Llano, Alejandro. “Universidad y unidad de vida”, *Romana*, Año XVI, Nº 30, 2000, pp. 112-125. Para lo dicho, p. 115.

⁹ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Forja*, n. 842.

¹⁰ *Ibidem*, n. 130.

En concreto, al buen periodismo lo definía como aquel que no se contentaba con los rumores infundados, con las verdades a medias, o los *se dice* inventados o que se quedaba a medio camino entre la verdad y la mentira. El buen periodismo es aquel que informa “con hechos, con resultados, sin juzgar las intenciones, manteniendo la legítima diversidad de opiniones en un plano ecuánime, sin descender al ataque personal”.¹¹ De igual modo que la información verdadera “es aquella que no tiene miedo a la verdad y que no se deja llevar por motivos de medro, de falso prestigio, o de ventajas económicas”.¹²

Por ello cuando los textos mediáticos realmente se constituyen de esta forma, con verdad, pueden cumplir con su ofrecimiento de poner al sujeto en condiciones de desenvolverse vitalmente con mayor libertad, ya que se supone que ellos prometen o de hecho proporcionan a los lectores, espectadores u oyentes precisamente eso: información, opiniones, entretenimiento. Con la información, el hombre busca conocer a fondo la situación —el medio— en que tiene que vivir y trabajar, para evitar que circunstancias imprevistas o datos desconocidos le impidan dirigirse libremente hacia la consecución de los fines que se propone; con el conocimiento de las opiniones de las personas que le parecen autorizadas y veraces, pretende disponer de una guía para valorar la realidad en todos sus aspectos y dominarla mejor, superando las limitaciones impuestas por el ambiente pequeño en el que vive; con el esparcimiento, procura liberarse del peso de las preocupaciones y de la fatiga, para poder luego, más serenamente y con renovadas energías, reemprender su trabajo ordinario.

De lo dicho anteriormente se entiende la dimensión de servicio inherente a las mediaciones masivas, independientemente del médium por el que se den. En junio de 1974, cuando estuvo en Buenos Aires, a una artista del escenario teatral argentino, ante el desaliento que ella presentaba por la “ola desaforada, estridente, de mal gusto y pornografía” que los invadía, le aconsejaba que no se desalentara y que si se empeñaba con unos cuantos más y con los medios de los cristianos: rezando, negándose a lo que no

¹¹ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Conversaciones*, n. 86.

¹² *Ibidem*.

puede hacer, ni decir, ni representar un cristiano, saldría adelante. Y continuaba ¿por qué no decís esto a voz en grito en la prensa, o desde el mismo teatro? ¿Por qué no buscáis autores que lo repitan?; de modo que, con los medios de tu oficio, estás haciendo un servicio a Dios y una oración.

Tan claro e importante era la dimensión de servicio de las mediaciones masivas para el Fundador de la Obra, que definía las actividades relacionadas con ellas al igual que a sus resultados precisamente como un servicio y por el gran bien y por el gran mal que pudieran hacer consciente o inconscientemente, rezaba, con interés particular cada día por las personas que tienen como profesión ese servicio.¹³

Al mismo tiempo que era consciente de esto también lo era de lo que involucraba el realizar bien ese servicio. Para servir bien hay que prepararse, saber cómo realizar una actividad. En el caso de los media esto significaba no perder de vista las características de los diversos lenguajes mediáticos, ni de las audiencias. Lo que no se puede hacer, como no se lo puede hacer con ninguna otra actividad, con esperanza de éxito al menos, es intentar realizarlo, “sin haber logrado la competencia necesaria”,¹⁴ sin haber estudiado y vivido de cerca la psicología de cada público, sin tener un dominio real de la técnica de cada medio de comunicación; sin haber aprendido a expresarse eficazmente con el lenguaje peculiar de la noticia, del reportaje, de la novela, de la imagen, de la escena cinematográfica, de la acción teatral.

Pero lo contrario también estaba presente en su visión de los medios, es decir, que por su misma naturaleza, estos medios están en todas partes, de modo constante, y especialmente cercano, escondiendo en muchos casos su propia mediación de modo que los textos, los contenidos, aparezcan como si nada estuviese de por medio. Este modo de estar presentes los coloca en situación privilegiada de influir en la tarea de formación y los convertía en educadores, haciendo el papel –muchas veces oculto e impersonal– de maestros: a ellos se entregan casi incondicionalmente, las inteligencias y hasta las conciencias de millones de hombres.

Uno de los modos que esta influencia toma forma se da en la repetición,

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Es Cristo que pasa*, n. 50.

la “psicología del anuncio” la denominaba él. La repetición constante da lugar a la costumbre. En el ámbito de lo moral esto es especialmente dañino. Lo que chocaba la primera vez que se leía u oía, la segunda llama menos la atención, no parece tan absurdo. Así progresivamente, llega un día en el que el sentido moral está prácticamente embotado, incapaz de reaccionar, anulado por completo.

Esta puesta en relación de la audiencia con los textos mediáticos latente en lo dicho, refleja la constante realidad de la naturaleza individual y activa de los miembros de esa audiencia en el pensamiento del Beato Josemaría. No se trata de una masa amorfa sino de individuos a los que les afectan las mismas cosas pero de modos distintos. Es en este contexto que se entiende una frase que escribiera y repitiera muchas veces: “lo que mancha a un chiquillo, mancha también a un viejo”.

Y precisamente porque estaba consciente de que los involucrados en las mediaciones masivas eran individuos, personas humanas, defendía el derecho de ese mismo público frente a la posible, y en muchos casos real intromisión de los media en el ámbito privado de los sujetos. “Se ha creado en algunos sectores”, escribía “la falsa mentalidad de que el público (...) tiene derecho a conocer e interpretar los pormenores más íntimos de la existencia de los demás”.¹⁵ Y exhortaba a que frente a estos “negociadores de la sospecha, que dan la impresión de organizar una ‘trata de la intimidad’” se defendiera la dignidad de cada persona, “su derecho al silencio”.¹⁶

Por otra parte, sufría al ver esa especie de “espiral del silencio” alrededor de las enseñanzas de la Iglesia en referencia a los temas que se debaten en el ámbito público,¹⁷ cuando no descalificaciones gratuitas y ridiculizaciones abiertas: con la ironía con ribetes de intelectualidad barata, o con la burla grosera y soez, se han ido ridiculizando las cosas más dignas de aprecio y veneración: el matrimonio, la procreación y educación de los hijos, el ministerio sacerdotal y la vida religiosa. Por eso señalaba dos frentes de vital importancia para la vida de los pueblos donde había que

¹⁵ *Ibidem*, n. 70.

¹⁶ *Ibidem*, n. 69.

¹⁷ Cfr. Soria, Carlos. “Un santo en la sociedad de la información”, en *Nuestro Tiempo*, nº 468, 1993, p. 115.

hacer eco a las enseñanzas de la Iglesia: las leyes sobre el matrimonio y las leyes sobre la enseñanza. Ahí, insistía, “tenéis que luchar y bien”.¹⁸ Para que se oiga la voz de la Iglesia y se conozcan y respeten sus derechos intangibles, para que todos los católicos sientan la responsabilidad de actuar como les corresponde¹⁹ de modo que se promueva y encauce la actuación de los fieles en la vida pública. Para ello, es decir para que se dé realmente una participación responsable de los ciudadanos en la vida social en el contexto de una sociedad compleja como la actual, es necesario que las mediaciones masivas conformes a su naturaleza cumplan con la finalidad que les es propia; que en el pensamiento del Beato Josemaría se pueden resumir en contar la verdad, promover la libertad, y servir a las personas de modo que vivan y se realicen como ciudadanos e hijos de Dios.

¹⁸ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Forja*, n. 104

¹⁹ Escrivá de Balaguer, Josemaría. *Surco*, nn. 310-311.