Algunos periodistas están intentando aplicar al hecho religioso el mismo rigor y la misma seriedad profesional que se pone para informar, por ejemplo, de la 'Fórmula 1'

bxvi.wordpress.com

Cuando Dios se asoma por los medios, muchos periodistas no saben si incensarlo, ignorar su presencia o hacerle la enésima necrológica. Pero ¿por qué no hacer, simplemente, periodismo?

Corría el año 2009 cuando dos editores de ***The Economist***, la gran biblia de la élite liberal anglosajona, publicaban un ensayo documentadísimo, ***God is Back***. La tesis central afirmaba que *«las cosas que se suponía que destruirían la religión —democracia y mercados, tecnología y razón— se están combinando para hacerla más fuerte»*. **John Micklethwait** y **Adrian Wooldridge**, un católico y un ateo, concluyeron que progreso y religión no sólo no eran enemigas, sino que iban de la mano en la mayoría de lugares del mundo. Europa y ciertos círculos intelectuales de la costa Este serían, en este sentido, una rareza.

Incomprensiblemente, el hecho de que dos influyentes periodistas se atrevieran a cuestionar uno de los pilares de la corrección política no atrajo la atención de los medios aquí. ¿Por qué? ¿por desidia? ¿por el anticlericalismo multisecular? ¿por una espiral del silencio promovida desde ciertas conspiraciones? La respuesta, cualquiera que sea, puede encontrarse en motivos mucho menos ideológicos. Si ningún medio de comunicación de España habló del ensayo exhaustivo de dos editores de la principal revista liberal del mundo tal vez no fue porque consideraran ofensiva la tesis que promovían. Me atrevo a aventurar que, más bien, les resultaba incomprensible.

De un tiempo a esta parte, cierta religión del periodismo —ese conjunto de creencias apriorísticas que el gremio asume como carta de navegación imprescindible para el buen profesional— ha tendido a menudo a considerar el hecho religioso como algo de ratas de sacristía, si no —peor— como algo con reminiscencias franquistas que sólo gusta a cuatro viejas de derechas. En el mejor de los casos, un hecho digno de ser contemplado como una parte entrañable, aburrida y en el fondo irrelevante de la cotidianidad. Y, claro, cuando la situación ha llegado a este punto es fácil poner la excusa de que no se da información religiosa porque no hay gente que la pida.

Es caricatura, obviamente. Hay varias, y honrosas excepciones. Pero incluso estas excepcionales excepciones —unos pocos periodistas de prestigio— compartirán la apreciación de que hoy el periodismo en nuestros lares es predominantemente analfabeto en lo que respecta a cuestiones espirituales y religiosas. Una membrana de indiferencia parece haber envuelto con eficacia todo lo que huela a religioso, que permanece recluido, desprende olor a despensa mal ventilada y parece que sólo pueda lucir en museos o sacristías.

Esta situación perjudica al hecho religioso, pero también al periodismo. Un periodismo incapaz de descodificar un hecho social o personal como éste, de dar al menos pistas válidas para que la audiencia pueda hacerse un mapa comprensible de la situación, es un periodismo incompleto. Lo saben en el *New York Times*, que da una amplia cobertura en ***Religion and Belief***, o al ***Frankfurter Allgemeine***, del que me contaban hace un tiempo que tenía dos redactores *seniors* especializados en religión.

Pero, ¿cómo informar de creencias, en un país como el nuestro, donde nuestros abuelos guardan en la memoria el recuerdo de los muertos por causa de la fe, y nuestros padres crecieron bajo un poder que imponía un credo determinado? Si para los primeros la religión tendría tonos épicos, para los segundos podría despertar ciertos resentimientos. Y entre los que hemos llegado después, la actitud más sugerente es la indiferencia.

Sin embargo, siempre he pensado que el hecho religioso y el periodismo se beneficiarán mucho mutuamente el día que descubran que tienen en común objetivos y enemigos. Ambos afirman buscar la verdad, y ambos combaten la ignorancia. La crisis de los medios tiene más en común con la crisis de la práctica religiosa de lo que pueda parecer en un principio: el relativismo ha disuelto en muchas personas las inquietudes para saber más

Phoca PDF

sobre la verdad, el bien, el mal y la belleza. Si cada uno tiene su verdad particular, ¿qué necesidad hay de conocer los universales?

Bien, de acuerdo, pero ¿Es posible un periodismo religioso que recoja la dimensión trascendente de las personas, sea comprensible para el gran público y al mismo tiempo no sea aburrido? Parece la cuadratura del círculo y más cuando, como dice un amigo mío, a menudo se confunde la trascendencia con el aburrimiento, y si algo no quiere el periodismo es resultar aburrido.

Hay muchas formas de encuadrar el hecho religioso de forma que sea atractivo. Cada una tiene sus ventajas y sus carencias. La más frecuente es el enfoque deportivo. A imagen y semejanza de la prensa deportiva, se presentan los hechos siempre desde el prisma favorable al equipo de los lectores, sea éste el religioso o el antirreligioso. Más que describir la realidad, la vive y toma abiertamente partido: que ganen los míos. Las audiencias de este tipo de periodismo suelen ser las convencidas, de un lado y del otro.

Una segunda forma es la aproximación política: aplicar, por ejemplo, en la Iglesia, un esquema de derechas contra izquierdas, progresistas contra conservadores. Son simplificaciones que proporcionan un relato de la realidad, pero demasiado a menudo esa realidad que reflejan está sólo en la imaginación de quien escribe.

A veces resulta efectivo el esquema sensacionalista: una víctima, un agresor, unos hechos luctuosos y el medio de comunicación como garante de la justicia. Este es el esquema más repetido en la sección de sociedad, donde se han encajado tradicionalmente las informaciones sobre religión. Pero tal enfoque, en religión como en todos los otros campos, tiene el inconveniente de que es incapaz de hacer interesante el aspecto más trascendente, y puede caer en cambio en una espiral de sensacionalismo barroco, cada vez más rebuscado o escabroso.

Hay, todavía, una aproximación que mira exclusivamente la dimensión espiritual de la cosa, como algo desconectado de la actualidad más inmediata. Un personaje exótico, las nuevas terapias venidas de tierras lejanas, o incluso las novedades en la autoayuda, son algunos de los reclamos.

Algunos periodistas están intentando algo relativamente nuevo, y muy sencillo: hacer periodismo. Es decir, aplicar al hecho religioso el mismo rigor y la misma seriedad profesional que se pone para informar, por ejemplo, de la *Fórmula 1*. A ninguno de los periodistas que siguen la caravana de pilotos y escuderías de circuito en circuito se le pide que sepa conducir uno de esos coches de carreras. Pero a todos se les exige, en cambio, que expliquen bien qué es un *pit-stop*, cómo se obtiene una *pole* o qué reglamentación afecta al carburante. Mientras esta exigencia de profesionalidad esté presente, incluso los que somos aficionados de *Ferrari* toleraremos que al periodista se le note que apuesta por *Red Bull*.

El día que la religión del periodismo deje de ver el periodismo religioso como el patito feo, la opinión publicada será más completa y la religión saldrá de las trincheras defensivas en que, por instinto de supervivencia, tantas veces ha tenido que refugiarse.

Marc Argemí

Phoca PDF