

La parroquia "está llamada, también hoy, a cumplir una misión en el mundo actual, siendo comunidad local donde se siga escuchando la Palabra de Dios, celebrando la Eucaristía, impulsando la comunión de los creyentes, enviando a sus miembros al mundo para que por su inserción en él y el anuncio del mensaje se adelante la edificación del Reino de Dios".⁴¹

⁴¹ Comisión Episcopal de Enseñanza y Catequesis. *La Catequesis de la Comunidad*. Madrid 1983, 271.

"En otras palabras": una experiencia de comunicación periódica escrita

Rev. Aragon. Teol. 22 (2005)

Ángel Calvo Cortés

1. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA

"Es un problema de comunicación, no del producto. Un buen ejemplo de comunicación anticuada: El mejor producto del mundo: la religión católica. Posee el mejor de los beneficios: la vida eterna. El mejor precio: es absolutamente gratis. Tiene la mejor marca jamás diseñada: la cruz. También posee el mejor manual de instrucciones, el más leído y el más editado de toda la historia: la Biblia. Delegaciones en todas las partes: en cualquier ciudad, en cualquier pueblo por pequeño que sea. Y ahora contéstele sinceramente: ¿Usted lo ha comprado? Pero, si el producto es tan extraordinario, ¿qué es lo que falla? Falla la comunicación. La comunicación es anticuada, repetitiva, anticuada, repetitiva, anticuada, repetitiva... incapaz de conectar con la gente. El resultado es que usted busca una excusa y el domingo evita las iglesias o lo que es lo mismo, cambia de canal." TONI SEGARRA (SCPF)

El texto anterior, usado por algunos profesores en clases de Lengua y Literatura, puede hacernos reflexionar, ya que lo expresado en él por un reconocido experto en mercadotecnia, coincide con la opinión de muchas personas cristianas de sereno juicio y sólida formación académica. Según la opinión de estas personas, en numerosas ocasiones, las palabras, escritas o habladas, procedentes de quienes dirigen la Iglesia en los más diversos niveles, no consiguen conectar con los destinatarios y, ya se sabe: ni la estufa eléctrica ni el lenguaje funcionan si no se conecta. Da la impresión de que, incluso una gran parte de fieles, prescinde de su lectura; parece que solo leen escritos para combatir lo que en ellos se dice. En la medida que esto ocurra, el hecho será grave porque además de no producir el efecto positivo buscado, genera alejamiento o, si se quiere, desevangelización.

Si esto puede suceder con importantes documentos eclesiales, desgraciadamente no parece ser el único campo de inadecuación al destinatario. Ni siquiera en las traducciones de la Biblia se observa una palpable inquietud por acercarse a la comprensión del lector. Es mala suerte que un detalle en este sentido, que se incluyó en las lecturas litúrgicas haya sido sobrepasado rápidamente por la realidad. Al traducir el

pasaje conocido como "el óbolo de la viuda" (Mc 12, 42) se tradujo el "*ebalen lepta duo...*" griego como "echó dos reales", ya que el real (25 céntimos de peseta) era una monedita en uso, aunque no la más pequeña. Hubo poca previsión inflacionista: al poco tiempo dejó de usarse esta pieza monetaria, luego llegó el euro y aquel acercarse a la realidad del lector quedó fuera de juego.

Se dice que Juan XXIII pidió a Giovanni Guareschi (el autor de "Don Camilo") que redactase una versión más comprensible del catecismo, pero el escritor no se sintió preparado para afrontar la tarea.

En el campo de la liturgia los ejemplos son abundantes. Los textos de las oraciones y los cánones son criticados por algunos teólogos como poco "rezables" hoy. Personas seglares reclaman que expresiones tales como "Cordero de Dios que quitas el pecado del mundo" tengan una traducción más comprensible. El ámbito litúrgico no es en absoluto desdeñable ya que la única formación que reciben muchos católicos es lo escuchado durante la misa.

Desde el mundo secolar, tampoco faltan voces lamentando que la producción de los teólogos tenga como destinatarios principales a otros teólogos y, en muchos casos, las estanterías de una biblioteca. Deseable que sus avances lleguen más rápidamente a la base. El ritmo de nuestro mundo tiene que ver poco con el lento discurrir de los tiempos de Santo Tomás de Aquino y puede suceder que caduquen los planteamientos presentados antes de llegar a las manos del lector no especialista. También se lamenta que en una época con "*religiosidad de experiencia*" el discurso teológico predominante sea casi exclusivamente el propio de una "*religiosidad de creencia*".

El listado de ámbitos eclesiales en los que está presente el problema de la comunicación podría incluir también la catequesis y la clase de religión, pero seguramente no es preciso enumerar más ejemplos a la hora de detectar fallos de este tipo en la Iglesia.

El reto está ahí. Su solución no es fácil y los errores son disculpables. Lo preocupante, según algunos, es la ausencia de búsqueda para encontrar la salida. Nos guste o no, tenemos que competir en eficacia con los modernos medios de comunicación.

2. NECESIDAD DE COMUNICACIÓN

El ser humano tiene una especial necesidad de comunicarse y mediante ello, enriquecerse interiormente. Como dice el Génesis, no es bueno que el hombre esté solo. La palabra es clave en este proceso, puesto que a través de ella se da el contacto con el otro. Por tanto, para serlo de verdad, la palabra emitida debe ser un puente hasta el otro; ha de tocar las dos orillas. En caso contrario, será simplemente un molesto ruido.

Está claro que, para toda persona, la palabra es algo humanamente muy importante, pero además, para algunos, es su principal herramienta de trabajo. Al decir esto, estamos pensando en quienes dedican su vida a la evangelización. Si Evangelio es "buena noticia", el transmitirlo se hará principalmente con palabras y será imprescindible que estas conecten con el destinatario.

Demasiadas veces, la recomendación imperativa de que los seglares "se formen" equivale a la petición de que aprendan el peculiar lenguaje del clero para poder entender algo. Sin embargo, es el puente el que debe llegar al otro lado y no es previsible que la orilla se acerque al puente. La sopa no se debe echar en el salero, sino la sal en la sopa. El pescador es quien debe de echar la red y no esperar que los peces vayan por su pie a la pescadería. Como se dice en comercio, el cliente siempre tiene razón.

3. COMUNICACIÓN HUMANA PROFUNDA

En aquel libro clásico en otros tiempos, *La lecture chrétienne de la Bible* de Célestin Charlier, se explicaba la diferencia entre el sentido de la palabra en el mundo griego y en el mundo semita. En la cultura griega se pide a la palabra y a la inteligencia que expresen las ideas con la mayor adecuación posible. Por el contrario, el semita parte de experiencias interiores y se encuentra con la imposibilidad de expresarlas en palabras exactas; en consecuencia, renuncia a expresar y procura más bien evocar y sugerir. Abstracter equivaldría a disecar, a matar. Entre lo griego y lo hebreo existe una diferencia parecida a la que se da entre la prosa y la poesía o entre la fotografía y la pintura. Solo un poeta puede traducir a otro poeta. Pretender traducir los evangelios a ciencia teológica equivale a medir kilómetros con millas y que la cifra salga sin decimales en ambas medidas. Cuando se traduce un texto bíblico a unos términos literales ininteligibles "para que no pierda riqueza", además de perseguir lo imposible, se logra lo contrario. Los poetas saben lo dificultoso de expresar experiencias. Angela Figueroa lo dice bien: "¿Dónde estarán las palabras / que digan lo que yo quiero. / El verso que dejo escrito / nunca es del todo mi verso". Para actualizar el mensaje no es suficiente actualizar palabras y poner "ametralladoras" donde ponía "lanzas", se requiere captar el mensaje y expresarlo como hoy se hace con esa concreta experiencia interior. Algo así intenta Joaquín Suárez Bautista en *Los otros Salmos*.

Jesús de Nazaret fue un excepcional comunicador. Sus parábolas no van dirigidas a la inteligencia sino a lo más interior de la persona. La fe en el Evangelio no es una mera adhesión intelectual a una doctrina; conlleva también una experiencia interior. Cuando se trata de la comunicación de realidades interiores (vivencias o experiencias) un lenguaje pretendidamente científico no es el más adecuado.

4. EXAMEN DEL PROCESO

A pesar de la subjetividad que conlleva, es interesante examinar los distintos elementos del proceso comunicativo de cara a localizar sus posibles deficiencias y sus dificultades más frecuentes

4.1. EMISOR

Se contaba en tiempos que una anciana señora se convirtió al oír a un predicador decir: "Nabucodonosor". Se quería indicar que existe la tentación de hablar en términos tan sumamente eruditos que no se entiendan y los oyentes se vean forzados a decir "¡Cuánto sabe! No he entendido nada". En el fondo de este comportamiento se vislumbra un deseo de ser admirado por colegas y oyentes. Don Quijote recomienda a Sancho: "habla a lo llano, a lo liso, a lo no intrincado, como muchas veces te he dicho, y verás como te vale un pan por ciento".

Sin que tenga que ver con lo anterior y dicho con todo el cariño que nuestros obispos merecen, sus formas de expresión no suelen ser cercanas al pueblo cristiano. La verdad es que al clero se le preparó más para dar ideas y normas, para decir cosas sobre Dios que para poner en contacto con Dios. Fue preparado para una religiosidad de creencias, no de experiencia. En la actualidad, van aumentando el número de los que no buscan doctrina sino acompañamiento para descubrir a Dios.

4.2. MEDIO, CÓDIGO, CANAL

Es preciso comprobar que el emisor y el receptor manejan el mismo código. De no ser así, no habrá comunicación porque el destinatario no tiene elementos para decodificar lo que se le quiere decir. En una época en que el vocabulario de nuestra gente joven es sumamente reducido, muchas de las palabras usadas en ambientes de Iglesia solo son comprensibles para iniciados. Un alumno de secundaria decía que la misa se hace en lengua "*invernacula*" y no le faltaba razón. Obsérvese que hasta la palabra "vernacula", elegida para designar la traducción del latín, no deja de ser un tanto extraña. A las palabras les ocurre lo mismo que a los chistes: dejan de tener gracia si necesitan ser explicadas. Según San Pablo, los alimentos para mantener la fe deben ser digeribles.

Era un sacerdote joven y quería cumplir con toda la normativa litúrgica. Una vez en el altar observó que la jarrita y el plato metálico usados para el ritual lavatorio de manos se habían quedado en la sacristía. De forma tajante le susurró al monaguillo: ¡Saca el lavabo! Tras largo rato, regresó el chico y le dijo al celebrante: No puedo sacarlo; está clavado

en la pared. El mensaje del sacerdote estaba mal formulado, sin embargo, él lo atribuyó totalmente a la ignorancia del monaguillo. Cuando decimos hoy que Dios es padre, averigüemos primero qué vivencia de padre tienen los que escuchan, porque no siempre es positiva.

La lengua es algo vivo y se mueve. El diccionario de la Real Academia no lo es todo. Esta institución no se adelanta al uso de un término, sino que lo constata a veces cuando en esa acepción ya ha dejado de usarse. Es curioso que al menos se intente, con más o menos fortuna, adaptar la Biblia a los niños pero no para los adultos. *El Chuchi, los colegas y la basca* (El Evangelio en cheli) es uno de los pocos esfuerzos en este sentido. Aclaremos que el cheli es un argot con elementos castizos, marginales y contraculturales hablado por alguna gente joven de Madrid.

Nuevos problemas nos llegan respecto al canal de comunicación oral. En una boda a la que asisten personas de catorce naciones (minoría hispanohablantes) ¿Nos resignamos a que nadie entienda nada? A falta de un latín comprendido por todos, el inglés elemental debe cumplir su función. Durante la misa de una visita papal cada asistente rezaba en su idioma. Llegó el momento del Padrenuestro y a alguien se le ocurrió hacerlo en latín; el silencio fue predominante.

4.3. MENSAJE

Nunca debemos confundir la fuente con el agua. El evangelio es la fuente y cualquier comentario que de él se haga será una pequeña parte –nunca toda– del agua que nos proporciona. Además, es lógico que cuando deseamos explicar algo lo hagamos *en otras palabras*. El lenguaje coloquial es menos elegante, pero resulta más claro y directo. En realidad ofrecemos un producto que nadie puede no querer. Nuestro mensaje debe contener algo que el oyente demande consciente o inconscientemente. Donde no hay demanda, por bueno y barato que sea el producto, no se vende.

El tono ha de estar de acuerdo con el contenido: un mensaje de salvación no puede ser amenazante. Desde nuestros ambores se repite una exégesis "de siempre" con el lenguaje clerical "de siempre" que ser cristiano es muy difícil. Es una curiosa traducción de "Mi yugo es suave y mi carga ligera". En la vida lo difícil es ser persona honrada y solidaria, se sea cristiano o no. En esto, el creyente cuenta con la ayuda de la fe. La Buena Noticia lógicamente no amarga la vida de nadie sino que da felicidad. Está bien comprobado que anunciar la moral sin antes anunciar la fe provoca rechazo, no adhesión. Dios es una ayuda, no una carga.

Si está claro que debemos hacer una opción preferencial por los más débiles económicamente ¿por qué no hacerla también por los más débiles en la fe? Nuestras misas, sacramentos y sermones ¿están pensados para "las fes vacilantes" o son pan

demasiado duro e insípido para los desganados? A veces, nuestra comunicación se parece a esos altavoces de las estaciones o de los aeropuertos que no se les entiende nada. Sacrificio, compromiso y entrega deben salir desde dentro, no desde las exigencias externas de nuestros abnegados pastores.

4.4 RECEPTOR, DESTINATARIO

Nuestro mundo es "movedizo y aparentemente superficial". Es decir, que la otra orilla a la que debe llegar el puente cambia de sitio con frecuencia. El destinatario es "él y su circunstancia". Al leer la Biblia, no se entiende lo mismo en una choza que en un palacio. La Biblia y el mundo del pasado vivían una cultura agrícola y rural, mientras que hoy es ya propiamente una cultura urbana de servicios e industria. Los niños de la ciudad no suelen conocer el significado de palabras como mies, sarmiento, levadura, arado...

La sensibilidad religiosa también ha cambiado: hoy se tiende a valorar más la vivencia religiosa interior que la doctrina o la moral de esa determinada iglesia cristiana. Sin embargo, lógicamente coexisten diversas sensibilidades. Cuando hablamos a un tipo de destinatario que no existe, las palabras se pierden en el aire.

La persona actual suele rechazar cualquier discurso que considere largo o barroco. Directo y rápido son adjetivos muy valorados.

5. REALIZACIÓN DE UNA EXPERIENCIA

Una petición para comentar el evangelio del domingo en los boletines semanales de las seis diócesis aragonesas fue la ocasión para realizar una experiencia de comunicación escrita periódica. Son 58.545 los ejemplares de estos boletines que se reparten semanalmente en todas las parroquias de Aragón. En los pueblos pequeños es frecuente que un mismo ejemplar sea leído por varias familias. Este dato convierte este medio en el púlpito más importante de Aragón y, por ello, merecedor de todo cuidado.

Para dar forma al mensaje contenido en el breve espacio que suponen 23 líneas de texto se emplearon los siguientes elementos:

1) Una breve narración (anécdota, leyenda, mito, relato, cuento)

2) Unas frases de tipo sapiencial o de autoayuda aptas para reflexionar y para reaccionar. Maestro no es el que te enseña cosas, sino el que despierta tu alma.