

## Discurs de la mantenidora del Certamen Marià

Quan fa uns mesos em van demanar si avui volia ser aquí com a mantenidora d'aquest certament literari dedicat a la Mare de Déu del Socors vaig fer dues coses. La primera, donar gràcies per aquest regal de poder trobar-me novament entre vosaltres. La segona, encomanar-me de seguida a aquesta advocació mariana d'Agramunt que veu la Mare de Déu com a dispensadora de gràcies i favors. Des d'aquell moment he estat més atenta que mai als escrits –graffitis, en diuen- a les parets, a les valles, als trens. M'he adonat que n'hi ha molts que criden SOS. Aquestes tres inicials per demanar ajuda no són més que l'anagrama en anglès de "Save Our Souls", en català "Salveu les nostres ànimes". Salveu les nostres ànimes. La frase impressiona i és un símptoma que el món necessita ser salvat. Tenim la necessitat de ser redimits, salvats, rescatats.

No som aquí a una classe de teologia, però és bo sempre recordar que la Mare de Déu no ens salva, perquè pels cristians la salvació ve exclusivament a través de Nostre Senyor Jesucrist. Amb tot, alguna relació té Maria amb la salvació: és ella la que ha facilitat que Déu i la seva voluntat salvífica entressin al món. I és per això que ens hi encomanem. I molt més sota una advocació tan explícita com els socors.

Maria no és una deessa ni una emperadriu. És una dona i una mare que no només ha tingut un fill sinó que és mare de l'Església, que és una manera de dir que és mare de tothom. Sentint-la propera ens acostem sempre més i millor al seu fill. Alçant els ulls vers Maria, els fidels s'esforcen a ser més sants. Els cristians, concretament ara parlo dels catòlics, s'estimen la Mare de Déu, però no l'adoren: el cristianisme no és una religió d'ídols, sinó una religió centrada en una persona, i aquesta persona és Jesucrist. La Mare de Déu, per tant, ha de remetre sempre al seu fill, i per això és bonic constatar com la imatge d'Agramunt cospa aquesta teologia de manera molt explícita: la Mare de Déu, asseguda i somrient, presenta al món el seu fill a la falda. És una Theotokos perfecta.

Dit això, voldria centrar aquestes meves paraules d'avui en dos blocs. El primer el voldria dedicar a parlar-vos encara de la Mare de Déu i la seva relació amb el món de la comunicació.

A la segona em dedicaré, en canvi, a les possibilitats que té el missatge de l'Evangelí per ser significatiu en un món com el nostre, mediàtic, frenètic i dinàmic. És a dir, que reflexionaré sobre la comunicació i l'Església. I ho faré des de la meua experiència com a periodista especialitzada en religió, concretament en el món vaticà. De fet aquí sóc una periodista, però a Roma, on visc, la meua identitat ve definida amb la paraula "vaticanista".

Anem a Maria. Si som aquest matí reunits aquí, deu ser perquè la Mare de Déu ens importa, certament des d'angles diferents, però ens importa. Els poetes que son amb nosaltres han tingut la capacitat de fer sentir aquesta presència mariana molt més intensament. No és fàcil concebre i escriure versos sobre la Mare de Déu, i ells tenen el mèrit d'haver-ho aconseguit i que l'Acadèmia hagi considerat que els seus versos no només estan ben fets sinó que són bonics. La bellesa,

no ho oblidem, és tant important com la bondat i la veritat. A l'Església, a vegades, li manca aquesta dimensió estètica, i per sort certàmens com aquest d'avui la posen de relleu.

## **Maria i la comunicació**

La figura de la Mare de Déu ha estat abordada de manera interdisciplinària al llarg dels segles, i la biblioteca de l'Acadèmia Mariana n'és un bon testimoni. Amb tot, no se li ha prestat massa interès des del camp comunicatiu. En canvi, hi ha moltes connexions entre Maria i els estudis de la comunicació.

Maria és una figura sobre la qual s'han incrustat desitjos, teories, lloances, crítiques i estudis que l'han observat des de tots els angles.

Maria, si la mirem doncs des del camp de la comunicació, és primer de tot la destinatària d'un missatge, pels cristians "el missatge", que li arriba des d'un emissor. Maria és l'escollida, la persona que amb la seva llibertat, amb el seu sí, amb el seu "fiat", ha permès la irrupció de gràcia al món. Per això també se l'anomena mare de la gràcia. Imaginem-nos ara que estem davant de l'escena de l'Anunciació, el moment en què Maria rep la visita de l'àngel. Aquesta comunicació es realitza oralment, l'única manera de comunicació existent durant molt de temps. No tenim escrits, ni un diari de Maria. Certament no és una comunicació simètrica entre dos éssers humans. La figura de l'àngel anunciador és una mediació que no pot ser catalogada com a humana del tot, tampoc és divina del tot. Estem per tant davant d'un cas atípic. Quan entrem en el camp de la comunicació i l'Església, veurem sempre casos atípics i asimètrics.

Maria fa servir el silenci en aquest episodi, i també en la relació interpersonal amb la seva cosina Elisabet. El silenci unit a la capacitat empàtica. Comunicar és compartir informació, idees, sentiments i actituds. Comunicar és una capacitat global per interpretar els símbols d'una determinada manera. Voldria situar ara l'Anunciació sota el prisma d'una teoria clàssica en comunicació com és el model de transmissió de Lasswell, que bàsicament es pregunta qui diu què, a qui, a través de quin canal i amb quin efecte. Seria el model del telèfon: hi ha una font -la persona que marca el número al telèfon, un destinatari, o sigui, la persona a qui telefonem, un canal, un mitjà i codificador, l'aparell del telèfon. El missatge seria la conversa que establim amb la persona.

I què té a veure aquesta història del telèfon amb la Mare de Déu? Doncs bé, el model de Lasswell és el que hem vist a l'Anunciació. Hi ha un missatge: "Déu t'ha escollit perquè siguis la mare del Salvador", hi ha un senyal -la presència torbadora de l'àngel-, hi ha un missatge rebut, Jesucrist. En aquest intercanvi d'informació, veiem com trobem la iniciativa de Déu -el que truca- i la resposta de Maria -la que respon-. Però nosaltres sabem que Maria no és només una destinatària, sinó que ella també emet missatges, com a les Noces de Canà, on demana als altres que facin "allò que Ell us digui", en referència a Jesús. Em centro només en aquest exemple per il·lustrar com la Mare de Déu permet moltes lectures, també des del camp de la comunicació, i d'aquesta aplicació de les teories comunicatives a la figura de Maria en poden sorgir moltes conseqüències per a la vida diària, com els valors de participar en un missatge, fer-se'n

responsable i anunciar-lo. És bo recordar que Déu no va limitar la seva comunicació a la Paraula sinó que va usar la mediació de l'encarnació, que no és més que el nivell més alt de la comunicació entre Déu i la humanitat.

La Bona Notícia la comunica Maria escrivint-la en la seva pròpia sang. Maria va concebre el verb primer a la ment i després al seu ventre.

Maria de Natzaret és un model de comunicació. Ella acull un missatge, és més, l'encarna a les entranyes, i el comunica al món. Ofereix un do que salva. Mirem-nos la mare de Déu d'Agramunt: ofereix un do que salva. En Maria la Paraula que salva es fa evident. Una dimensió imprescindible en Maria és el Misteri del silenci. Comunicar no és només parlar i deixar anar paraules. Comunicar és ser receptiu i acollir, també amb el silenci. Què és, el silenci de Maria? És un silenci amb sentit, que no hem de confondre amb el silenci nostre quan a vegades no sabem reaccionar davant d'un problema o una necessitat. El silenci contemplatiu, el silenci de Maria, no és un silenci de qui s'amaga. El cristià -i Maria és la primera cristiana- no és mai aquell qui s'amaga sinó aquell que viu per la veritat, agafant el toro per les banyes i responent, confiat, amb un sí. El cristià és una persona positiva, és més, és el prototip de la persona propositiva, un terme que ha entrat de ple en el llenguatge dels negocis per referir-se a algú que davant d'un problema no s'ofega sinó que ofereix solucions i propostes per superar-lo.

Maria no parla gaire, als Evangelis. Sabem que meditava en el seu cor, i aquest acte de reflexionar la fe és ja un balbuceig de teologia. La Mare de Déu és la primera teòloga i és una icona de comunicació.

### **Comunicar en l'Església**

Amb aquest teló de fons de Maria com a icona de comunicació voldria ara entrar en l'àmbit de la comunicació eclesial. D'entrada estarem d'acord en veure que la comunicació a l'Església és una qüestió irresolta, tot i que l'Església és per definició una comunitat de creients que té un missatge entre mans per difondre al món. La comunicació en l'Església planteja alguns problemes de fluïdesa, transparència i professionalitat. Afirmar que la comunicació a l'Església és un tema fonamental no és una invenció nostra, de les persones que ens dediquem a la comunicació. La idea ens la dona la Trinitat, que a més de ser un misteri, és un model de comunicació excel·lent en què tres persones es relacionen de manera fluïda i lliure, Pare, Fill i Esperit Sant.

És important recordar que la història del cristianisme és la narració d'un Déu que es comunica amb la humanitat, una humanitat infidel que traeix aquesta comunió i per tant aquest lligam amb el creador. La nostra és una història de comunicació i incomunicació.

Hem sentit moltes vegades que el que no apareix als mitjans de comunicació no existeix. Més enllà de l'exageració, és cert que els mitjans són finestres ofertes al món. Ser-hi present és significatiu.

És un fet que l'Església troba dificultats a l'hora de fer passar el seu missatge a través dels mitjans. Aquí no em refereixo a mitjans propis de l'Església sinó als mitjans del món secular, als generalistes. No parlo de les revistes que llegeixen els catòlics sinó de les revistes que llegeix la gent. A vegades es dona el cas de mitjans de comunicació descaradament hostils o indiferents vers el fet religiós. O no en fan cas perquè el consideren irrellevant, o li fan cas només quan és per anar-hi en contra. Altres vegades l'Església no és present a l'àgora pública, o hi és present de manera poc significativa perquè la mateixa gent d'Església considera que l'important és fer la feina ben feta a l'ombra. Sigui com sigui, és un fet que Església i mitjans de comunicació son dues instàncies que no viuen precisament una història d'amor.

Una paradoxa cridanera és que l'Església, que és ella mateixa comunicació, no aconsegueix comunicar-se. Déu es va revelar, és a dir, es va comunicar.

Des d'un punt de vista etimològic, la paraula comunicació prové de llatí *communicare*, que podríem traduir com combregar, o fer partícip a l'altre d'allò que tinc jo. Comunicar doncs és compartir. La comunicació és expansiva, extàtica, participativa. És fàcil doncs veure, també sota aquesta perspectiva, com Maria és una dona de comunicació per excel·lència.

És impossible no comunicar. Les persones estem fetes per relacionar-nos i per compartir. Que formi part de la nostra natura no vol dir que no puguem aprendre a relacionar-nos més i millor. Si volem que la comunicació dugui realment a la comunió, cal esforç.

A la història de l'Església hi ha hagut sempre la comunicació de Déu amb la humanitat. Els grans patriarques, i les matriarques, els grans doctors de l'Església -no me'n puc estar en aquesta seu de recordar a Santa Teresa de Lisieux, que fa deu anys va ser proclamada doctora de l'Església-, tots ells han estat homes i dones de la paraula. Els poetes són comunicadors, els artistes, els místics. També els malalts, amb el seu dolor i les seves queixes, comuniquen. La comunicació no és només bona notícia, sinó participació de la vida. I la vida està feta de joies i esperances, i també de dolor i patiment.

### **Per què l'Església no s'acaba d'entendre amb el món de la comunicació?**

L'última dècada de la meua vida l'he dedicat en gran part a observar la comunicació de l'Església, de manera especial com els bisbes espanyols s'enfronten al món de la comunicació. He constatat com la Conferència Episcopal Espanyola va ser de les primeres del món a ser conscient de la importància de la comunicació. Ja des dels seus inicis com a Conferència, en els anys seixanta, va dedicar esforços, documents, personal i recursos a mirar com fer que el seu missatge tingués transcendència en els mitjans. Que hagi començat abans que altres conferències episcopals no vol dir que hagi arribat molt lluny. No revelo cap secret si dic que hi ha deficiències de pes en la manera de comunicar. Però és just recordar que la consciència de la importància del món mediàtic ve ja d'aleshores.

Dins de la llista de problemes que podríem enumerar es veu clar que hi ha deficiències estructurals que dificulten una relació fluida amb els mitjans. És necessari contextualitzar i per tant és evident que la societat espanyola ha canviat substancialment en els darrers quaranta anys, i que el pes de la religió en la vida dels ciutadans no és la mateixa. No és que la religió no importi: importa, però d'una altra manera.

No és cap secret -ja ho deia Ortega i Gasset als anys 20- que l'Estat espanyol és hereu d'un anticlericalisme fort. Més que ser "menjacapellans", hi ha una hostilitat a la jerarquia com a tal. I òbviament els bisbes en són els representants i per tant els més fàcilment atacables. Quan t'ataquen, et defenses.

Una manera de defensar-se és atrinxerar-se. No convé, perquè no només és contrari a la lògica de l'Evangeli, que exigeix estimar els enemics, sinó que és contraproduent perquè reforça la idea-clixé de l'Església que no sap situar-se al món, que viu de privilegis, que és incapaç de dialogar. Una altra manera de defensar-se, molt més intel·ligent i gràcies a Déu practicada per més d'un bisbe, és exposar, amb arguments, el propi punt de vista, i molts bisbes ho saben fer. El problema és que no troben els canals adequats per expressar-se, i se senten manipulats -moltes vegades, no totes, és més que cert-. Cal treballar per reforçar la confiança amb els periodistes i amb els mitjans per tal que quan hi hagi coses a dir, es pugui trobar el terreny adequat.

Els bisbes saben -són doctors i tenen la funció d'ensenyar- que l'Església és dipositària d'un missatge positiu per a tothom. Comunicar-lo no depèn només d'ells sinó de tot el poble de Déu, que s'ha d'implicar vivencialment. En el nostre món el que és convincent és el testimoni, no els grans o petits sermons. Si vius feliç, la gent copsa que ets feliç. No els calen discursos, sinó vivències.

A vegades el problema comunicatiu de l'Església rau no en el missatge -que és bo-, sinó en la manera i el moment de comunicar-lo. El problema no és el què sinó el com i el quan. No sempre és oportú fer un document, anar contra un govern, oposar-se a una llei o criticar una exposició d'art, per molt que tots ells siguin potencialment negatius. L'Evangeli ja adverteix que cal ser astuts. I els textos sagrats ens evoquen com hi ha un temps per a cada cosa. Cal tenir el do de l'oportunitat, i si no es té, pregar perquè l'Esperit Sant el concedeixi.

Un clixé que circula és que l'Església ha estat responsable del retard en la modernització del país. Ser catòlic seria ser retrògrad, obtús i tancat a la modernitat. Potser sí que alguns sectors es comporten així, però certament la gran majoria de creients no són persones tancades en un passat gloriós sinó homes i dones que viuen en el món i intenten deixar-lo una mica millor de com el van trobar, i ho fan impulsats per la fe que professen.

En aquest diagnòstic, es fa necessari recordar que l'Església no sempre sap reaccionar a temps davant d'alguns reptes socials. A vegades, la distància i la prudència s'han interpretat com la renúncia al compromís evangèlic. L'Església està constantment sota examen, i no sempre el supera.

A nivell comunicatiu, un dels problemes que també es detecten quan observem la comunicació dels bisbes, és que hi ha certes tensions internes i una manca d'un clar lideratge legítimat. No n'hi ha prou en ser líder: cal que els altres et reconeguin.

D'altra banda, és molt positiva la iniciativa dels bisbes catalans de presentar l'Església a partir del que fa, i no només del que és. L'Església no són només els seus representants visibles que sovint renyen, sinó que proposen opcions amb sentit. Aquests plans de comunicació són molt eficaços per fer veure la implicació capil·lar i en xarxa a favor de tota la societat i per mostrar el rostre amable de l'Església, que existeix.

En un dels seus documents, els bisbes espanyols reconeixen, i cito textualment, que "és necessari continuar el procés de renovació i millora de l'estructura informativa eclesial". Una de les propostes que ells mateixos fan és poder comptar amb un "pla específic de comunicació integral i orgànica per tal que la vida de l'Església sigui percebuda pels fidels i els ciutadans de manera clara i coherent".

L'èxit de la comunicació institucional depèn de factors que van més enllà d'un missatge o producte excel·lent. Entren en joc la identitat i els valors de la organització, la manera de transmetre, qui transmet, els mediadors i la receptivitat.

Quan a Roma tinc la oportunitat, gairebé diària, de parlar amb bisbes, oficials de la cúria vaticana o cardenals, un dels leïdmotius que sempre suren és aquest: els mitjans només ens fan cas quan hi ha escàndols. I tenen raó. La normalitat institucional no és notícia. Però no en camp eclesial, sinó en tots els àmbits. Que una família s'estimi i sigui feliç no fa notícia. Que un home assassini la seva dona, o al revés, això sí que és notícia. El conflicte crea notícia. La normalitat, no. Per tant, tot el que l'Església és i fa no surt als mitjans a menys que creï escàndol, o que sigui una novetat curiosa. Les coses importants venen superades per les interessants.

Les persones que assessoren els bisbes en matèria comunicativa no es cansen mai de suggerir-los que quan parlin siguin positius. Que usin verbs com aplaudir, felicitar, celebrar, estar satisfet, i no pas verbs com exigir, condemnar, criticar o bloquejar. Si l'Evangelí és la bona notícia, que ho sigui també en la manera de comunicar-lo.

Un dels errors evitables en matèria comunicativa és escapar dels mitjans. No és possible, en el nostre món, viure com si els mitjans de comunicació no existissin. I és més, evadir-se o desaparèixer davant d'un problema és considerat per la opinió pública com admetre una culpa. El silenci no és rentable. És bo dir que no es pot parlar, quan no es pot parlar. I si es diu bé, els periodistes, ho comprenen.

És essencial saber parlar de manera pertinent, oferint informacions que no siguin rànçies i poc interessants, sinó curioses, positives, atractives.

I també és molt important que l'Església es faci càrrec de la vida de les persones, escoltant. En comunicació un concepte essencial és el de l'empatia, saber-se posar a la pell de l'altre. Fa quatre anys Lleida va acollir un congrés molt important sobre Edith Stein, filòsofa, carmelita i copatrona d'Europa. Per Edith Stein, l'empatia és aquella obertura a l'altre a través de la qual es realitza una recerca espiritual de Déu. Empatia és "sentir junts".

Em sembla necessari explicar que els problemes que té l'Església amb la societat són culturals i que no són exclusius d'ella sinó compartits per altres institucions que no aconsegueixen incidir en la societat. És a dir, que si bé és cert que els bisbes espanyols tenen problemes comunicatius, també és cert que els imams espanyols en tenen, els pastors protestants espanyols o els directius d'associacions culturals o esportives també ho pateixen.

Hem passat de Maria a la comunicació i voldria cloure tornant a Maria. Ho faig amb uns petits versos meus dedicats a la Mare de Déu:

*Ets la forma  
de la llum  
que permeté  
a l'ombra,  
-un sol cop-  
visitar-te.  
Un únic moment  
-necessari-  
per salvar-ho tot,  
a través teu.*

Que aquesta esplèndida forma de la llum que és la Mare de Déu i que avui celebrem sota l'advocació del Socors ens acompanyi. Si tenim això i ho sabem comunicar, certament no necessitem gaire res més.

Moltes gràcies.

**Miriam Díez i Bosch**