

¿Para qué sirve una televisión de la Iglesia?

José G. Vera Beorlegui
Director de Popular TV de Navarra

Es conveniente en este ambiente ser muy preciso y muy conciso en la respuesta a la pregunta que es el punto de partida de esta comunicación. Y la respuesta resulta fácil de describir y difícil de realizar. La Iglesia existe para evangelizar (*Evangelii Nuntiandi*, 14), luego la acción de la Iglesia es acción auténticamente eclesial si contribuye, de una u otra manera, a la evangelización, y en la medida en que la realice. En este sentido, se puede decir que es más propiamente eclesial una actividad catequética o misionera de explicación de la Palabra de Dios que la construcción de un pozo de agua en la región de Darfur (Sudán). Sin embargo, ésta puede ir orientada a aquella, y por tanto hacerse ambas igualmente necesarias.

Este criterio de evangelización está implícito en el origen de numerosas obras de la Iglesia: asilos, colegios, hospitales, universidades, y debe ser introducido para determinar la validez de estas actividades en la actualidad, pues resulta tremendamente clarificador. Lo ha sido a lo largo de la historia y lo es ahora, cuando muchas obras de la Iglesia no contribuyen a la misión de la Iglesia y por tanto atraviesan una profunda crisis de identidad.

Al referirnos a la presencia de la Iglesia en el mundo de la televisión, se puede decir que estamos todavía en los orígenes. Son pocas las iniciativas eclesiales que tienen más de dos décadas de existencia en este ámbito. Pero en cualquier caso, el criterio es también aplicable: si la Iglesia existe para evangelizar, **una televisión de la Iglesia existe para evangelizar**. La cuestión profunda consistirá en determinar si efectivamente esa misión que realiza es realmente evangelizadora bien directamente o bien estableciendo las bases para una evangelización posterior.

¿Qué es evangelizar en televisión?

Evangelizar significa para la Iglesia llevar la Buena Nueva a todos los ambientes de la humanidad y, con su influjo, transformar desde dentro, renovar a la misma humanidad¹, es el anuncio del mensaje cristiano: la muerte y resurrección de Jesucristo como causa y anticipo de nuestra liberación. En esta misión, la televisión puede cumplir hoy en día un papel determinante pues es el cauce más adecuado para acceder con el mensaje evangélico a buen parte de nuestra sociedad.

Se trata pues, de servir de medio de transmisión del mensaje eclesial del Evangelio. La traducción al lenguaje televisivo de ese mensaje origina dos modelos de televisión vinculados a la misión de la Iglesia Católica, cada uno de los cuales con un objetivo propio. En primer lugar está el modelo que desarrollan los canales televisivos de temática explícita y exclusivamente religiosa, como el de EWTN, creado por la madre Angélica o el de Telepace en Roma, que busca “llevar a todos los hogares el mensaje del Papa y de la Iglesia, anunciar a Cristo a todos los hombres”². Una fórmula quizá más destinada a la formación de los ya creyentes y ya practicantes.

En segundo lugar el modelo de televisión generalista y católica, que en España desarrolla Popular TV, una cadena de emisoras de TV, iniciada hace apenas cinco años, auspiciada por la Conferencia Episcopal Española con el apoyo profesional y tecnológico de la Cadena COPE de radio. Como una emisora más dentro de la cadena está Popular TV de Navarra a la que estoy vinculado desde sus comienzos en enero de 2003. Esta televisión, que tiene como misión la evangelización de la sociedad, **busca crear un estado de opinión pública receptivo al mensaje evangélico mediante la promoción de las virtudes humanas y cristianas**

¹ *Evangelii Nuntiandi*, 18

² Cf. <http://www.telepace.it/>

Generalista y católica, una convivencia complicada

Los dos adjetivos que definen el modelo de Popular TV, generalista y católica, raramente conviven en armonía por sí solos y frecuentemente exigen matizaciones y aclaraciones de fino discernimiento. El equilibrio entre ambos no surge espontáneamente y sin embargo, bien articulados pueden contribuir a cumplir una misión fundamental para la Iglesia en una sociedad cada vez más secularizada: dar a conocer y hacer amables a la sociedad los puntos de vista indispensables para el arraigo del mensaje evangélico, en torno a las cuestiones de Familia y vida, la Educación, la Justicia social y la misma vida de la Iglesia.

Así pues, en Popular TV caben todos los temas en los que el hombre es protagonista: religión, cultura, economía, deporte..., siempre tratados desde una perspectiva clara y expresamente cristiana. Dentro de esta temática generalista, nuestro objetivo es ser la televisión de referencia en cuatro temas que he señalado y que consideramos básicos: Familia y vida, educación, justicia social e Iglesia. De modo que todo el que quiera recibir información o saber algo elaborado con rigor y sentido profesional en estos temas, acuda a Popular TV³.

Como televisión generalista y católica, Televisión Popular de Navarra es una televisión, dirigida a todos los públicos, y ofrece el producto televisivo de calidad técnica, humana y cristiana que requiere y precisa un sector creciente de la población a la que se dirige. Popular TV de Navarra utiliza todos los formatos habituales en la televisión: entrevista, magazine, informativo, debate, reportaje, y aborda todos los temas de interés para el hombre de nuestro tiempo, pero siempre desde una perspectiva católica⁴. Esto no implica una parrilla de programación distinta sino un tono en el tratamiento de los temas sustancialmente diferente con respecto al existente en las demás cadenas televisivas.

Es decir nuestro modelo de televisión se resumen en este lema:

Todos los géneros, todos los temas, con rigor profesional, desde un punto de vista católico.

Dos cuentas de resultados

Lo realmente novedoso de esta iniciativa viene marcado por el modelo que se desea configurar: los socios constituyentes de la empresa Televisión Popular de Navarra S.A. rubricaron un pacto fundacional en el que se marca explícitamente la razón de ser de esta iniciativa: por un lado, la evangelización, ligada al ser mismo de la Iglesia y de su misión; y por otro lado la rentabilidad, por medio de un estricto criterio empresarial de ingresos y gastos.

Las dos características de nuestro modelo de televisión, generalista y católica, señalan a los dos criterios desde los que se evalúa su eficacia. Ambos criterios, configuradores de este modelo de televisión, serán tenidos en cuenta para calibrar el éxito o el fracaso de la iniciativa, hasta el punto de constituir *cuentas de resultados* independientes que deben ofrecer beneficios según sus propios *planes de negocios*.

Como en cualquier empresa y en cualquier televisión generalista, es una exigencia el control económico, en el que debe primar una gestión profesional con un control exhaustivo de gastos e ingresos. Pero tan necesario como esto, es lo que se llama el control de resultados editoriales, cuenta de resultados, constituida por las ideas, los temas, los puntos de vista que la actividad televisiva de Popular TV ha hecho calar en la sociedad y que buscan sentar las bases humanas y sociales para un anuncio explícito del Evangelio.

³ Cf. Ideario de Popular TV de Navarra.

⁴ Cf. Ideario de Popular TV de Navarra.

Popular Televisión de Navarra ofrece contenidos que pretenden contribuir a la promoción humana, social y cultural de la sociedad en general y de cada uno de sus miembros. Para ello, todos los programas de Televisión Popular de Navarra no sólo respetan, sino que también promueven la recuperación y el fortalecimiento de los fundamentos de nuestra sociedad: la fe católica, la familia asentada en el matrimonio único e indisoluble, la educación cristiana, el trabajo honrado, la protección de los colectivos sociales más débiles y, en general, todos los criterios y valores de la moral cristiana.

Es cierto que la rentabilidad editorial de una televisión católica es difícil de establecer, sin embargo es necesario establecer mecanismos que permitan llevar un cierto control.

El cálculo de la rentabilidad editorial

Si la balanza económica tiene sus propios mecanismos, el modo de calcular el beneficio editorial de una televisión supone todo un reto. ¿Cómo saber qué ideas se han introducido en la sociedad? Para determinarlo, la actividad televisiva de Popular TV está estructurado en tres grupos de trabajo: informativos, programas generalistas y programas editoriales. Al comienzo de cada semana, los responsables de las áreas presentan los temas que, relacionadas con los sectores de interés de la empresa, van a abordar *a priori* en Popular TV de Navarra según los modos del programa que se trate (informativo, magazine, tertulia, reportaje...). En coordinación de unos equipos y otros y con el director de la emisora, se establecen los mensajes editoriales que cada una de estas áreas va a lanzar a la opinión pública (en la medida de sus posibilidades y recursos), especialmente en los cuatro temas que para nosotros son prioritarios y que he citado anteriormente (familia y vida, educación, justicia social e Iglesia). Cada semana se actualizan los mensajes y se valoran los resultados y las reacciones que hayan podido suscitar en la opinión pública.

Las dos cuentas de resultados de nuestra televisión que hemos señalado hasta aquí son consideradas fundamentales. Para la supervivencia de una televisión la cuenta económica es vital, para la supervivencia de una televisión católica la cuenta editorial es imprescindible: si una televisión de la Iglesia no contribuye a la evangelización de la sociedad o a preparar la base sobre la que el mensaje evangélico pueda dar fruto, lo mejor es que cierre.

Con profesionales

Una vez que se ha establecido el modelo y se han señalado los objetivos de este modelo y los temas que se hacen propios, el cimiento sobre el que se construye este edificio es la altura profesional y la calidad humana de las personas elegidas para dar vida a este proyecto. Quienes trabajan en una televisión con estos objetivos deben tener **una gran altura profesional, una excelente calidad humana y una profunda vida cristiana**. Altura profesional porque las obras de Iglesia no deben conllevar el lastre de la provisionalidad, se han de hacer con rigor y con profesionales. Calidad humana que les haga sensibles a determinados temas, capaces de trabajar con la cabeza y con el corazón, conscientes de la responsabilidad social que conlleva el trabajo en un medio de comunicación y de la dimensión de servicio del derecho a la información. Una profunda vida cristiana que oriente el trabajo y lo ilumine según el Evangelio, para hacerlo más eficaz y más certero. En la medida en que tengamos estos elementos Popular TV será rentable como empresa y viable como proyecto de evangelización.

**VERSIONE PROVVISORIA
IN ATTESA DELLA
PUBBLICAZIONE DEGLI ATTI**