

COMUNICAZIONE, ETICA E OPINIONE PUBBLICA

A CURA DI JORDI PUJOL SOLER & JOSÉ MARÍA DÍAZ-DORRONSORO

SCRITTI IN ONORE DI

NORBERTO
GONZÁLEZ GAITANO



Comunicazione istituzionale della Chiesa

Etica della professione giornalistica

Opinione Pubblica

Famiglia e media

Poetica e cristianesimo

PONTIFICIA UNIVERSITÀ DELLA SANTA CROCE
FACOLTÀ DI COMUNICAZIONE SOCIALE ISTITUZIONALE

COMUNICAZIONE, ETICA E OPINIONE PUBBLICA

SCRITTI IN ONORE DI
NORBERTO GONZÁLEZ GAITANO

edited by
Jordi Pujol Soler
José María Díaz-Dorransoro

EDUSC 2025

Cover design by
José María Díaz Dorronsoro

© Copyright 2025 – Edizioni Santa Croce s.r.l.
Via Sabotino 2/A – 00195 Roma
Tel. (39) 06 45493637
info@edusc.it
www.edizionisantacroce.it

ISBN 979-12-5482-454-2

INDICE

JORDI PUJOL SOLER E JOSÉ MARÍA DÍAZ-DORRONSORO	
Presentazione	9

INTRODUZIONE

GABRIEL GALDÓN	
<i>Algunos recuerdos y reflexiones útiles para valorar la trayectoria universitaria del profesor González Gaitano</i>	17
FABRIZIO PICIARELLI	
<i>Coltivare menti, nutrire il futuro</i>	27
SUSANNA TAMARO	
<i>Ho un sogno</i>	37

PARTE I ETICA DELLA PROFESSIONE GIORNALISTICA

ÁNGEL ARRESE	
<i>Hacia una clarificación de los rasgos configuradores de los medios y organizaciones periodísticas</i>	41
MANUEL CASADO VELARDE	
<i>Sentido de la vida y comunicación. La poesía como fuente de sentido</i>	57
ALBERTO GIL	
<i>Comunicación y translación. Un enfoque ético-transcultural</i>	71

INDICE

FERNANDO MARTÍNEZ VALLVEY <i>El periódico, intérprete de una realidad social a partir de su audiencia</i>	85
JORDI PUJOL <i>Giornalismo in allarme: tra crisi strutturale ed etica professionale</i>	99
GIOVANNI TRIDENTE <i>Problemi dell'informazione e legislazione di stampa Come fare i conti con l'intelligenza artificiale generativa</i>	117
CÉSAR MAURICIO VELÁSQUEZ O. <i>Comunicación política y seguridad pública</i>	129

PARTE II COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DELLA CHIESA

DANIEL ARASA <i>Comunicare la Chiesa: professione e servizio</i>	145
GEMA BELLIDO <i>Communication, listening, and religious education</i>	161
MARC CARROGGIO <i>Comunicación de la Iglesia: recibir, reflejar e irradiar luz</i>	177
JOSÉ MARÍA LA PORTE <i>The development of the Church's Institutional Communication and initiatives in the twentieth and twenty-first centuries</i>	195
JORGE MILÁN FITERA, ALFONSO JIMÉNEZ SÁNCHEZ, GIOVANNI VIGNATI <i>Los primeros vídeos institucionales de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de la Santa Cruz</i>	209
JUAN MANUEL MORA, BEGOÑA ECHEVARNE <i>Comunicación interna y gobierno de organizaciones</i>	223

INDICE

JUAN NARBONA

Trust, the intangible driving force that keeps institutions alive 237

PIOTR STUDNICKI

*La questione del clericalismo nella
comunicazione sociale di Papa Francesco* 255

PARTE III OPINIONE PUBBLICA

JUAN PABLO CANNATA

*Víctimas, victimización y victimismo
en la opinión pública* 277

DIEGO CONTRERAS

*Uno sguardo alla dignità del lavoro
nell'opera di grandi fotografi del s. XX* 295

JOSÉ MARÍA DÍAZ-DORRONSORO

*Un caso precoce di opinione pubblica
La guerra di propaganda di Filippo IV di Francia
contro Bonifacio VIII* 309

GUIDO GILI

*Sfera pubblica e opinione pubblica
dall'Illuminismo alla società globalizzata* 323

MANUEL MARTÍN ALGARRA

*The ontological reality of communication:
beyond field identity* 339

M^a JOSÉ POU AMÉRIGO

El reto de la presencia pública de la Iglesia 355

RALF VAN BÜHREN

*Communicating Christian art today
Religious tourism and popular piety as mirrors of public opinion* 369

INDICE

PARTE IV FAMIGLIA E MEDIA

ENRIQUE FUSTER

La narración como "tejido" en cuatro películas sobre el cuidado del otro 383

CECILIA GALATOLO

Il progetto di ricerca di Family and Media 397

RAFAEL JIMÉNEZ CATAÑO

Metafore della famiglia

Buone e cattive immagini nella letteratura 405

ANTONIO MALO

L'educazione del desiderio alla luce del progetto Footprints

La formazione dell'identità e la ricerca dell'Infinito 417

ALFONSO MÉNDIZ

La influencia de las series en los menores: redefinición de la

realidad y normalización de conductas impropias 431

SERGIO TAPIA-VELASCO

Imparare a conversare. Un compito urgente

Una riflessione sulla necessità di promuovere il dialogo

in famiglia per affrontare il dilagante individualismo 447

PARTE V POETICA E CRISTIANESIMO

FEDERICA BERGAMINO <i>Esigenza di bellezza e narrazione</i>	459
MARIANO FAZIO <i>La fecundidad formativa de la lectura</i>	473
DAMIÁN FERNÁNDEZ PEDEMONTE <i>En busca del relato ejemplar</i>	483
ARMANDO FUMAGALLI <i>Il dilemma morale come cuore di una storia.</i> <i>Su alcuni recenti adattamenti audiovisivi di Pinocchio</i>	497
JUAN JOSÉ GARCÍA-NOBLEJAS <i>En busca de qué es personal y qué</i> <i>despersonaliza en El Padrino</i>	513
JOHN P. WAUCK <i>A Literary Key to a Pontificate</i>	525

EPILOGO

JOSELUÍS GONZÁLEZ <i>Dos poemas de don Luka Brajnovic en español:</i> <i>«Tich» y «Cristo de un escaparate»</i>	541
AUTORI	549

COMUNICACIÓN Y TRANSLACIÓN UN ENFOQUE ÉTICO-TRANSCULTURAL

ALBERTO GIL

INTRODUCCIÓN: EL COMUNICADOR COMO TRADUCTOR

El 5 de diciembre de 1980, Octavio Paz¹ dictó un breve discurso de agradecimiento por el premio *Ollin Yolitztlí*, que le había sido concedido, haciendo hincapié en algunos temas relevantes para este ensayo². El poeta y pensador mexicano subraya la estrecha relación entre lengua y cultura, afirmando que «cada lengua es una civilización: o sea una visión del mundo». En este contexto se enfrenta con algunas posturas que deducen de este principio que la lengua, por su función de guía del pensamiento, sea la *cárcel* del entendimiento. Para Octavio Paz la lengua no es cárcel, sino *ventana*, desde donde uno se asoma y puede conversar con el vecino. También entiende la lengua como un *punto*, que sirve para enlazar personas y culturas: «Creo que las lenguas, más que prisiones, son ventanas: desde ellas y por ellas podemos ver y hablar con otros hombres y otras civilizaciones. Son puentes que cruzamos sin cesar»³.

Por eso, afirma categóricamente: «quien dice lengua dice traducción», una aserción que intentaremos profundizar en estas páginas, dedicadas a mi apreciado colega y amigo Norberto González Gaitano, a quien entre tantas otras se le puede aplicar la metáfora de *punto* de

¹ OCTAVIO PAZ. "Ollin Yolitztlí" in Paz, Octavio. *Sombras de obras*, 303-305. (México: Seix Barral, 1985 [1983]), 305-306.

² Agradezco a mi colega RAFAEL JIMÉNEZ CATAÑO su sugerencia de leer este bello e interesante discurso de Octavio Paz.

³ *Ibid.*

enlace entre profesor e investigador y alumnos, periodista y lectores, comunicador y público. Norberto ha sabido conjugar siempre la eficacia comunicativa con la calidad ética y finalmente, *last, but not least*, con la amistad, ganándonos a todos para la verdad y el conocimiento.

Así como un buen traductor intenta insertar un texto lingüística y culturalmente en la lengua de llegada, convirtiéndose así en mediador entre las culturas, del mismo modo, es la intención del buen periodista, como comunicador, construir puentes y facilitar la comprensión entre modos heterogéneos de ver el mundo y la vida. Es evidente que no se trata de una tarea fácil, pues a menudo son muy diferentes, si no contrarias, las formas de ver el mundo y de pensar, así como los intereses de cada uno. Vale la pena pues reflexionar sobre los instrumentos de que se sirve el buen comunicador para ser un verdadero mediador entre las culturas, una tarea que, como sabemos por la historia, ha sido de absoluta necesidad y hoy en día sigue siendo imprescindible.

De la teoría de la traducción entresacamos algunas ideas que iluminan esta tarea del comunicador como *translator*. Si se quiere traducir bien, es de gran ayuda observar la realidad a transferir con los ojos del receptor de la traducción, como reza el título que da el lingüista italiano Stefano Arduini a su libro *Con gli occhi dell'altro. Tradurre*. Para Arduini⁴ traducir es una experiencia de alteridad (*esperienza dell'alterità*). La verdadera traducción, así como la mejor comunicación intercultural, si quieren llevar el sello de humanas, no pretenden dominar al otro, sino mediar entre ellos. De ahí surge la responsabilidad del mediador para hacer comprensible el mensaje a comunicar sin alterar el sentido original y la intención comunicativa del autor del texto originario. Gauger⁵ expresa esa unión de fidelidad y creatividad en el traductor con el famoso oxímoron *Servo Padrone* (siervo – señor), poniendo de relieve que, si bien el traductor ha de ser creativo, no por eso es autónomo, sino que ha de mantener la fidelidad al contenido del texto original.

Desde el punto de vista filosófico, Hans-Georg Gadamer concentra el fenómeno de la comprensión en dos conceptos, que cuanto más claros los tengamos, más fácil y comprensiblemente podremos traducir:

⁴ STEFANO ARDUINI. *Con gli occhi dell'altro. Tradurre*. (Milano: Jaca Book, 2020), 126.

⁵ HANS-MARTIN GAUGER. "Il servo padrone. Laudatio auf Fritz Vogelsang", Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung. Jahrbuch (1991): 60-68.

a) Realización vital (*Lebensvollzug*)

b) Fusión de horizontes (*Horizontverschmelzung*)

a) *Realización vital* es entender la cosa a través del lenguaje, que no es simplemente palabra, sino también experiencia vital. Gadamer⁶ lo dice así en mi traducción al español:

Entender una lengua en su vocabulario y estructura no es lo mismo que comprenderla e interpretarla bien. Para ello se necesita la *realización vital*. Una lengua se entiende cuando se vive en ella, y esta afirmación vale no solo para el aprendizaje de una lengua viva, sino también para las lenguas muertas. En otras palabras, el problema de la interpretación no es una cuestión de dominio de las lenguas, sino de la verdadera comprensión de una cosa a través del instrumento de la lengua.

b) *Fusión de horizontes*: Comprender a través de la lengua es en principio interpretar. Gadamer⁷ descubre nuevos aspectos de esta dimensión hermenéutico-creativa con su concepto de «fusión de horizontes» (*Horizontverschmelzung*): el traductor, que es un intérprete, no puede desligarse tan fácilmente de sus «pre-juicios» (*Vor-Urteile*), de ahí que se deba poner a conversar en serio con el texto para sopesar todas las posibilidades de sentido y sobre todo para identificar lo que realmente quiere transmitir. Intentará expresar con sus palabras lo que el texto pretende decir, colaborar con él, unir su horizonte de comprensión al del original. No olvidemos, sin embargo, que muchas veces tendrá que buscar compromisos, pues de entrada se focalizarán más unos aspectos que otros, que así brillarán fuertemente en la interpretación, pero perderán su propio peso y equilibrio comunicativo. De nuevo, Gadamer en mi traducción:

Con esta *fusión de horizontes* llegamos a la *perfección de la conversación*, en la que no hay ni vencedor ni vencido en lo que respecta al sentido del texto, sino un mensaje compartido por ambos.

Se puede afirmar sin lugar a dudas que entre el traductor y el comunicador hay una estrecha relación. El parentesco entre estas figuras se puede

⁶ HANS-GEORG GADAMER. "Sprache als Medium der hermeneutischen Erfahrung" In Gadamer, Hans-Georg. *Hermeneutik I (= Wahrheit und Methode)*, 387-393. (Tübingen: J. C. B. Mohr, 1990), 388.

⁷ *Ibid*, 389-392.

comprobar con el concepto retórico del *decorum*, que une a ambos en el perfeccionamiento de su objetivo principal de mediadores entre las culturas.

Históricamente ha puesto Albrecht⁸ de relieve en su artículo «Traducción» (*Übersetzung*), dentro del «Diccionario Histórico de la Retórica» (*Historisches Wörterbuch der Rhetorik*), que ya desde el Renacimiento los traductores se servían de las reglas básicas de la Retórica, como la corrección lingüística (*puritas*), la atención al uso concreto que hace el pueblo de su lengua (*consuetudo*), así como la eficaz aplicación de la lengua a la situación comunicativa (*elocutio*) y el mesurado estilo lingüístico (*decorum*), etc. En la historia de la traducción aparece siempre la tensión entre quienes traducen libre y creativamente y quienes sienten un gran respeto por el *sacro original* en el sentido literal de la palabra, sea por su dimensión sobrenatural, p.ej. la Biblia, o por su autoridad como obra de arte en la literatura. Y ese retraimiento es la base del instrumento más eficaz para las tareas del traductor y comunicador, pues les ofrece la base antropológica del principio de la equidad, del *decorum*, que aplicaremos a continuación a la relación Retórica – Transculturalidad.

El *decorum* proporciona en la mediación entre las culturas ese justo medio al que ha de llegar todo buen traductor y comunicador. Este equilibrio ya lo conocemos bajo la expresión *in medio virtus*, es decir, hablamos de virtud cuando no exageramos una acción por ninguno de sus extremos. Este justo medio se consigue escuchando activamente, tratando de comprender bien las peculiaridades culturales del otro. Así las diferencias no serán barreras de separación, sino componentes de una buena relación, haciéndola incluso más valiosa.

Esta posición exige naturalmente tanto del comunicador como del traductor un alto grado de autodisciplina y de moderación, para poder captar mejor los matices del mensaje. George Steiner⁹ compara así al traductor con el anfitrión ideal; en mi traducción suena así:

⁸ JÖRN ALBRECHT. "Übersetzung" In *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, edited by Gert Ueding, Vol. 9, 870-886. (Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2009).

⁹ GEORGE STEINER. *Von realer Gegenwart. Hat unser Sprechen Inhalt?*. (München/Wien: Edition Akzente, 1990), 194-195.

Traducir es un complejo ejercicio de saludos, de recatamiento, de intercambio entre las culturas, entre las lenguas y las formas de hablar. Un traductor completo se puede definir como un perfecto anfitrión.

Este breve repaso de las características comunes al traductor y al comunicador nos induce a reflexionar sobre características más profundas de ambas funciones.

COMPETENCIA ÉTICA Y TRANSCULTURAL DEL COMUNICADOR

Como acción humana, la mediación no puede desprenderse de la ética. Y de ella depende la credibilidad del comunicador-traductor. Según Gili¹⁰ existen criterios para saber si un interlocutor o un público numeroso consideran creíble a quien se dirige a ellos. Los tomo como punto de partida para desarrollar mis propias ideas.

Lo primero que salta a la vista es si el comunicador es una persona moralmente *íntegra*, es decir, si es sincero, coherente, si cumple los acuerdos o si se olvida de sus promesas... y, no en último término, si es un buen profesional, es decir, de prestigio. En una palabra, si se nota que tiene y vive la comunicación como una vocación, es decir, si la comunicación pertenece a su identidad personal y no es un rol extrínseco que juega en las horas de oficina. El comunicador creíble cree en lo que dice, porque lo hace. Y esto se nota enseguida.

De esta integridad moral se desprende un segundo criterio, el *desinterés*, que no es nada fácil, porque siempre nos mueve un *telos* a actuar. El arte consiste en saber ennoblecer esas finalidades. Lo que sí está claro es que en las relaciones interpersonales es más creíble quien dice las cosas de forma desinteresada, sin buscar indirectamente ningún provecho personal. Para el profesional de la comunicación institucional significa esto que a veces deberá afrontar públicamente temas en los que la propia imagen o la de la institución que representa a primera vista pueden tener grandes desventajas. Digo a primera vista porque al final quien vence es siempre la verdad y estar a su lado es signo de victoria.

Gracias a ese sano desinterés, el comunicador mantiene, en tercer lugar, su *independencia*, su gran tesoro. Sabrá adherirse a determinadas posiciones, mientras que rechazará otras, aunque pueda sufrir ataques

¹⁰ GUIDO GILI. *La credibilità. Quando e perché la comunicazione ha successo*. (Soveria Mannelli (CZ): Rubbettino, 2005).

personales. Lo importante es que no utilice los medios a los que sirve como amplificadores de las propias ideas e intereses o se vea obligado a secundar ciegamente los intereses de sus mandantes.

En cuarto lugar podemos hablar del recurso a una *retórica* al servicio del receptor, es decir, apartarse de una sofística, que busca un éxito personal sin tener en cuenta la calidad ética de los medios utilizados. La buena retórica no está reñida con la calidad técnica¹¹, pues a un buen concepto le corresponde una bella expresión. Y tener en cuenta la receptividad del oyente o lector, es decir, la comprensibilidad y aceptabilidad del mensaje, no quiere decir adular al receptor diciendo las cosas que quiere oír¹².

Por último, está claro que no podemos prescindir del *auriga* en el carro de las virtudes cardinales, la *prudencia*. ¿Pero cuál es su aplicación comunicativa? Es bien sabido que la credibilidad no le viene dada a uno como un regalo, sino que es necesario negociarla, ganarla y conservarla con el propio trabajo y las correspondientes relaciones sociales. Expresarse en medios de comunicación requiere más cautela y prudencia que en una conversación descuidada entre amigos. En los media cuenta cada palabra. ¡Cuántas veces se ha dañado seriamente a una institución por el deseo de lucirse o de impresionar con que se había obsesionado el comunicador!

Del traductor que se precia podemos entresacar una característica específica del comunicador como mediador o *translator*: su *responsabilidad*. En su clásico ensayo sobre el hombre y la lengua (*Mensch und Sprache* 1966/1993), Gadamer pone de relieve que todo traductor es al mismo tiempo un *autor*, es decir, no es un copista de un texto de una lengua de partida a una de llegada, sino un escritor que utiliza la lengua de llegada para expresar lo que constituye realmente el texto de partida. El poeta y traductor brasileño Haroldo de Campos (1929-2003), no muy conocido en Europa, ha acuñado el concepto de “Transcreación” (*Transcrição*) con el que pretende «captar a “vibração” do original no seu eu»¹³, «captar en sí mismo la vibración del

¹¹ Cfr. ALBERTO GIL. *L'arte di convincere. Come trasmettere efficacemente il tuo messaggio*. (Roma: Edusc, 2016), 94.

¹² Cfr. ALBERTO GIL. *Cómo transmitir la fe con claridad y motivando al oyente. Para una mayor eficacia del ministerio de catequista*. (Roma: Amazon, Independently published, 2022), 46.

¹³ HAROLDO DE CAMPOS. “Tradução, Ideologia e História”. *Cadernos do MAM*, no. 1 ((1983): 239-247), 241.

original» va unido a la responsabilidad de traductor para “re-hacer”, “re-crear” un texto en otra lengua y cultura. Lo podemos comparar con la Mimesis aristotélica, quien en su *Poética* (cap. 4) define la mimesis no como una simple imitación, sino como una nueva creación, una nueva obra de arte. El primer profesor de Oratoria en Roma, Quintiliano (s. I d.C.), da gran valor al concepto de *Imitatio*. El buen orador busca la «vim dicendi atque inventionis»¹⁴, es decir, quiere apropiarse de la genialidad y fuerza expresiva que encuentra en el modelo a imitar para traducirlas en su propio discurso, según las reglas y costumbres de la lengua ahí utilizada¹⁵.

En la traductología moderna, Kohlmayer¹⁶ pone de relieve la importancia de estudiar la personalidad del traductor, su subjetividad, incluso su biografía, que dejará sin duda una huella en el texto traducido. Y por lo que respecta a la traducción más creativa, la literaria, Kohlmayer¹⁷ es de la opinión que toda versión en otra lengua es un compromiso, entre el texto original y lo que sería propio de la lengua de llegada. Podemos parafrasear la famosa sentencia de Watzlawick “no se puede no comunicar” diciendo “no se puede no interpretar”, poniendo así de relieve la responsabilidad del traductor-comunicador respecto a sus decisiones. En este sentido se compara al traductor con un dirigente de orquesta¹⁸, que adapta el original a la situación y entorno cultural de los oyentes, creando así versiones diversas de la misma obra de arte musical.

¹⁴ *Institutionis Oratoriae* X 2, 16 e ss.

¹⁵ Cfr. ALBERTO GIL. “Mimesis als rhetorisch-translatorische Größe. Ein Beitrag zur hermeneutisch orientierten Übersetzungstheorie” In *Unterwegs zu einer hermeneutischen Übersetzungswissenschaft*. Rade Gundis Stolz zu ihrem 60. Geburtstag, edited by Larisa Cercel / John Stanley, 153 – 168. (Tübingen: Narr, 2012).

¹⁶ RAINER KOHLMAYER. *Literaturübersetzen. Ästhetik und Praxis*. (Berlin: Peter Lang, 2019), 15-19.

¹⁷ *Ivi*, p. 55.

¹⁸ ALBERTO GIL. “Translatologisch relevante Beziehungen zwischen Hermeneutik und Kreativität am Beispiel der Übertragungskunst von Rainer Maria Rilke” In *Wissens-transfer und Translation. Zur Breite und Tiefe des Übersetzungsbegriffs*. edited by, Alberto Gil / Robert Kirstein, 143-162. (St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag, 2015), 149-150.

Este binomio interpretación – ejecución pertenece a la hermenéutica de Pareyson¹⁹, para quien interpretar es ejecutar, como se pone especialmente de relieve en la música y el teatro. El arte de la interpretación consiste, según el filósofo italiano²⁰, en que el producto de la interpretación no sea otra cosa que la obra misma. Esta aparecerá, por su parte, viva y auténtica en sus múltiples ejecuciones. En definitiva, podemos hablar de interpretación cuando fidelidad y libertad se complementan entre sí. Lo que me parece muy convincente en la hermenéutica de Pareyson²¹ es el justo medio entre obstinarse en que la propia interpretación sea la única válida y que todas las interpretaciones sean igualmente aceptables. El buen intérprete siente la obligación de profundizar cada vez más en la obra para entenderla siempre mejor.

En Traductología, el concepto de *intérprete* tiene un significado específico: es aquel que hace la traducción oral (simultánea o consecutiva). En esta forma de transferencia, la interpretación es aún más importante, pues no se pueden repetir las mismas palabras del original en la lengua de llegada. La capacidad mental y la velocidad, así como la inmediatez de la situación comunicativa lo impiden. La interpretación, es decir, la traducción oral, recibe este nombre porque la tarea consiste en captar velozmente el sentido del discurso original para así expresarlo adecuadamente según las normas y costumbres de la lengua de llegada. Más luz en nuestra comparación traductor-comunicador, pone el término alemán para el intérprete, que es del de *Dolmetscher*, una palabra de origen turco – *dilmaç* – con la que se designaba a quien buscaba resolver diplomáticamente conflictos entre los diferentes partidos y no solo porque conocía bien la lengua y mentalidad de cada uno de los contrincantes, sino también porque tenía dotes de mediador, incluso de intercesor.

Esta nueva comparación del comunicador con el intérprete muestra la importancia que tiene en estas profesiones el armonizar la fidelidad al mandante con la creatividad. Filosóficamente se puede profundizar esta relación fidelidad-creatividad con la feliz expresión de filósofo francés

¹⁹ LUIGI PAREYSON. *Estética. Teoría de la formatividad*. (Madrid: Xorki, 2014), 209.

²⁰ Ivi, pp. 216-217.

²¹ Cfr. ivi, p. 219.

Gabriel Marcel (1889-1973) *la fidélité créatrice* (la fidelidad creadora), que veremos seguidamente con más detalle. Marcel²² hace una perspicaz distinción entre *témoin* y *spectateur* (testigo y espectador), según el observador se vea más o menos involucrado en la situación. Mientras que el simple espectador no se considera como parte del suceso, el testigo se ve unido a él por una relación de fidelidad, la que a su vez es iluminadora²³, pues ser testigo significa preservar la fidelidad a una luz, a algo que se ha captado y que ilumina la mente («le témoignage implique une fidélité à une lumière»). Y es esta dinámica comprensión de la realidad la que Marcel llama *fidélité créatrice*. Como esclarecen Parain-Vial et al²⁴, en el diccionario filosófico de Gabriel Marcel bajo la voz *Fidélité*, el filósofo francés supera así las dicotomías como conservar – crear, porque el conocimiento amoroso está siempre vivo y en constante crecimiento. Podríamos decir que la conservación se lleva a cabo a través de la creación. Marcel habla de la «idée d'une fidélité créatrice, d'une fidélité qui ne sauvegarde qu'en créant»²⁵. Y así, la fidelidad y el testimonio se apoyan mutuamente, ya que la verdadera naturaleza de la fidelidad consiste en saber testimoniar, ser un testigo fiel²⁶.

LA PERSONA DEL COMUNICADOR, SU CATEGORÍA HUMANA

Como es bien sabido, la responsabilidad no es una cualidad que se recibe plenamente al nacer, sino algo costoso que uno se va ganando en la vida a través del ejercicio de esta virtud. Metodológicamente podemos utilizar la comparación, o el ejemplo, para orientarse en aquellas características que constituyen un comunicador de calidad. En nuestro caso, esta tarea es de fácil solución, pues disponemos de un libro-testimonio de un gran comunicador muy unido a nuestra Facultad y sobre todo al homenajeado, a Norberto González Gaitano. Se trata de Joaquín Navarro-Valls. El

²² GABRIEL MARCEL. “Le témoignage comme localisation de l'existentiel”. *Nouvelle Revue Théologique*, no. 2, t. 68 (1946), 186.

²³ Ivi, p. 188.

²⁴ JEANNE PARAIN-VIAL, ABBÉ MARCEL BELAY Y RENÉ DAVIGNON. *Vocabulaire philosophique de Marcel, Gabriel – Fidélité*, 248-259. (Paris: Éditions du Cerf, 1982).

²⁵ Ivi, p. 252.

²⁶ Ivi, p. 254.

libro al que me refiero fue editado por su hermano Rafael²⁷. Allí se recogen testimonios fehacientes sobre su persona y calidad profesional de la pluma de colegas y amigos. Entresacamos características precisas de lo que nos ocupa, de aquello que da forma a un comunicador de alto nivel profesional, y también sobre su relación con el intérprete (*Dolmetscher*), p. ej. cuando en un testimonio²⁸ se evidencia que Joaquín Navarro Valls, al ser nombrado portavoz de Juan Pablo II, comenzó a ejercer el oficio de mediador a nivel diplomático, como fue el caso de las conferencias de Pequín o El Cairo.

De estos testimonios he podido entresacar tres virtudes del comunicador-mediador Joaquín Navarro-Valls: audacia, autenticidad y magnanimidad. Veámoslas detalladamente.

1. *Audacia*. Ser audaz significaba para nuestro portavoz en primer lugar afrontar los problemas que iban surgiendo y que en su oficio no eran ni pocos ni pequeños²⁹ y no cerrar los ojos o mirar hacia otra parte cuando eran especialmente desagradables. Esta postura no siempre le resultaba fácil, pues algunas veces sentía la oposición dentro de la misma institución, en su caso de la Curia romana³⁰, mientras que hacia fuera le servía para comunicar las cosas como eran verdaderamente, evitando así tantos malentendidos. Su objetivo era siempre asegurarse de que se había entendido bien lo que él había declarado³¹. Este modo de actuar le dio la fama de ser un gran profesional de la comunicación³².

2. *Autenticidad*. La gente sabía bien que intentaba vivir lo que decía, es decir, que había en él una armonía entre su profesión y su fe, más concretamente entre modernidad y tradición³³. Era un cristiano convencido, pero en el ejercicio de la profesión no caía en la tentación

²⁷ RAFAEL NAVARRO-VALLS. Navarro Valls. *El Portavoz*. (Madrid: Ediciones Rialp, 2019),

²⁸ Ivi, 74.

²⁹ Ivi, 144.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Ivi, 152-153.

³² Ivi, 99.

³³ Ivi, 81.

del proselitismo; así le tomaban todos en serio³⁴. Con este comportamiento, se puede ser un buen servidor de la Iglesia³⁵, es decir, una persona leal³⁶, y al mismo tiempo tan transparente que ganaba cada vez más en credibilidad, pues los profesionales de los medios de comunicación sabían siempre con quién tenían que ver.

3. *Magnanimidad*. Las personas que tienen un corazón grande son en primer lugar verdaderos amigos de sus amigos y no buscan simplemente contactos útiles para su trabajo. Todos los testimonios recogidos hablan de su amistad con Navarro-Valls, independientemente de si tenían las mismas convicciones, otra fe o ninguna fe. Un corazón grande se nota cuando el otro sufre y el amigo está a su lado. Pero ese gran corazón va más allá de las relaciones de amistad. De Navarro-Valls se destaca su gran capacidad de trabajo³⁷, el hecho de que fuera él quien tomara siempre la iniciativa en la información³⁸, de que no perdiera nunca el buen humor³⁹ y de que quisiera aumentar constantemente su propia formación cultural⁴⁰.

Podemos resumir diciendo que la categoría humana le viene dada al comunicador por su capacidad de testimoniar, de ser un testigo involucrado. Como apunta el filósofo personalista italiano Luigi Pareyson (1918-1991) en una entrevista concedida a Marisa Serra en *Studi Cattolici*, n. 193⁴¹, no se puede conocer la verdad sin involucrarse, tomar una posición y exponerse personalmente. Pero, como no somos nosotros los que poseemos la verdad, sino que es ella la que no posee, es posible buscarla en comunión con otros, y esta tarea común nos une, crea comunidad. Y todavía más: el saber someterse a la verdad, a la realidad, da al comunicador una independencia tal que le garantiza la credibilidad.

³⁴ Ivi, 152-153.

³⁵ Ivi, 121.

³⁶ Ivi, 21.

³⁷ Ivi, 144-145.

³⁸ Ivi, 152-153.

³⁹ Ivi, 21.

⁴⁰ Ivi, 121.

⁴¹ SERRA, 1977, 175.

En la institución para la que trabajaba Navarro Valls y para la que enseña e investiga Norberto González, la Iglesia, es también importante contar con el comunicador en la toma de decisiones. El Padre Federico Lombardi subraya en el testimonio que dio sobre su predecesor⁴², que hoy día no se pueden tomar decisiones de gobierno al margen de su comunicabilidad, sobre todo si se trata de un magisterio que quiere ser eficaz a largo plazo.

A MODO DE CONCLUSIÓN: EL BUEN COMUNICADOR
SABE MUCHO DE HUMILDAD

En Gil⁴³, hablando de las virtudes del orador, he resaltado la humildad como la virtud comunicativa por excelencia, ya que, desviando la mirada de la propia persona a la cosa, a los demás, uno es capaz de concentrarse mejor en el tema, ver aspectos interesantes, quizá escondidos a primera vista, y descubrir lo que realmente atañe al receptor.

En este ensayo quisiera ampliar la reflexión sobre la virtud de la humildad mostrando, a modo de conclusión, cómo se la puede considerar como el hilo rojo de aquellas características del buen comunicador en su dimensión transcultural.

Quien sabe quitarse de en medio sentirá pronto la eficacia de desaparecer: si sabe situar a los interactuantes o a los oyentes en el centro del discurso, consigue con su intervención prestar un servicio a los otros y no exhibirse a sí mismo. Con ello aumenta su credibilidad, como se ve claramente en el caso del moderador de una mesa redonda, quien pone en juego a los expertos, sin tener que hacer él mismo grandes comentarios entre las diversas exposiciones.

Con la humildad aumenta la capacidad de conocimiento: Cuanto más se vaya liberando el comunicador de una voluntad incondicional de éxito personal, tanto más viable será el camino hacia el conocimiento de la cosa en sí, ganando su expresión en comprensibilidad. Y cuanto más libre sea su mirada hacia la cosa misma, más fácilmente descubrirá su grandeza y belleza. El entusiasmo resultante de este descubrimiento nace del objeto como tal y así puede transmitirse mejor a los oyentes, la crítica no será mordaz, sino comprensible y sobre todo aceptable. El

⁴² RAFAEL NAVARRO-VALLS. Navarro Valls. *El Portavoz*, 92.

⁴³ ALBERTO GIL. *L'arte di convincere...*, 61.

entusiasmo por uno mismo es estéril y muchas veces aborrecible. Con la humildad, por el contrario, se facilita la empatía, es decir, la facultad de comprender las ideas y sentimientos del otro ya que el hablante no está encerrado en sí mismo, sino que tiene la cabeza y el corazón libres para los demás.

La humildad del comunicador va unida al respeto por los otros y por las otras culturas. Y el respeto, tan cercano a la humildad, conduce a la empatía. Guardini⁴⁴ describe los lazos que unen ambas virtudes de la siguiente manera:

En el respeto, el hombre renuncia a lo que de otro modo le gustaría, esto es, a tomar posesión y usar para su propio provecho. En vez de eso, se echa atrás, toma distancia. Así surge un espacio espiritual en que se eleva lo que merece respeto, y puede subsistir libremente y resplandecer.

Esa distancia ayuda a conocer mejor al otro, es la empatía en el sentido propio de la palabra. El anticipar las reacciones del otro, el poder vibrar con sus emociones, no se instrumentalizará como un arma manipuladora, sino que se hará con el mayor respeto hacia el interlocutor, haciendo así de la empatía un instrumento retórico de gran eficacia. De este modo no será la propia cultura la única que cuenta, sino que se tendrán en cuenta las otras y se aprenderá de ellas.

El mensaje eficaz vive de las reducciones de contenido convenientes. Es algo que duele, sobre todo si se sabe mucho o se tiene mucho que decir, pero es la clave de una mejor comprensibilidad. Se trata de saber prescindir de todo aquello que solo sirve para mostrar erudición o ingenio, pero que no aporta nada a la elucidación del tema. Casi siempre se trata de cortes dolorosos, pues hemos trabajado tanto en la preparación..., pero que serán muy fructíferos si se llevan a cabo en favor de una mejor comprensión. La virtud de la humildad sirve de entrenamiento para saltar esos obstáculos con deportividad y sin grandes aspavientos.

Y finalmente, un comunicador humilde consigue gestionar bien los fracasos. ¿Quién no conoce la sensación de ridículo? La humildad sirve para extraer una consecuencia positiva a partir de una sensación de fracaso, y su consecuencia práctica es la liberación de tensiones co-

⁴⁴ ROMANO GUARDINI. *La esencia del cristianismo. Una ética para nuestro tiempo*, traducción de José María Valverde. (Madrid: Anzós, 2006), 180.

municativas. Quien se vea coaccionado por su deseo de éxito estará como agarrotado por el miedo al ridículo y cualquier crítica la referirá a su persona y no a la cosa en sí. Guardini⁴⁵ habla en este contexto de la misteriosa dialéctica de la persona humana y explica:

Cuanto más se busca uno a sí mismo, más se escapa de sí; cuanta más importancia se da, más mezquino resulta. La persona vanidosa, la que se goza en sí misma, piensa que crece en un modo de ser *yo* más pleno y fuerte. Pero en realidad, no crece, porque no surge nunca ese espacio libre que necesita para crecer, el cual solo surge en el altruismo.

Salta a la vista que aquí también la virtud de la humildad proporciona la necesaria conciencia del tú, gracias a la cual el hablante no se concentra en primer lugar en conseguir su victoria dialéctica o en ver realizados sus intereses personales. Así se hace posible abrirse a otras formas de pensar, a otras culturas.

Resumiendo: la humildad en la comunicación se puede comprender mejor en su relación con el mejor conocimiento de sí mismo: conociendo bien los propios límites y posibilidades, uno es capaz de aceptar mejor las limitaciones de los otros en el intercambio comunicativo. La transcendencia de esta virtud se conoce desde la Antigüedad clásica, sobre todo en la literatura, en contraste con su contrario, la *hybris* o altivez. La caída trágica del héroe en el teatro griego era siempre desde la altura a la que le había subido su soberbia, pero que sobrepasaba claramente sus límites y posibilidades⁴⁶. Aristóteles resume, por su importancia comunicativa, las características de la *hybris* afirmando que el hombre, por su altivez, se eleva a una posición de superioridad. Con ella pierde el contacto con su propia realidad y con la de los otros; es más, cae en un complejo de superioridad que le lleva a despreciar a los demás (*atimía*) e incluso a un cierto sadismo.

Todo lo contrario ha mostrado Norberto en sus años de profesión informando seriamente, formando a muchas generaciones de estudiantes y practicando humanidad.

⁴⁵ Ivi, pp. 300-301.

⁴⁶ ARISTÓTELES *Retórica* II 1378b 20 – 23.