



¿Un medio para qué?

Eva Álvarez
17/07/2017

2ª parte: La dimensión económica

"Al César de lo que es el César, y a Dios lo que es de Dios"

*"Id al mundo entero y proclamad el Evangelio...y comunicar esta buena noticia es lo que la iglesia ha venido haciendo a lo largo de la Historia con los Medios de Comunicación disponibles en cada momento"*¹. Cuando Giménez Barriocanal –el entonces presidente de 13 tv– pronunció estas palabras, olvidó añadir: *No toméis nada para el camino, ni bordón, ni alforja, ni pan, ni dinero; ni llevéis dos túnicas cada uno.*

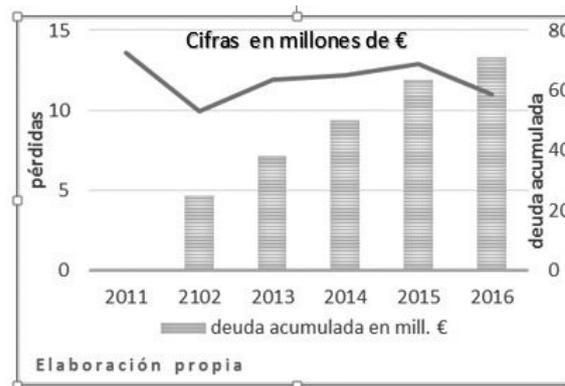
Este ‘ministro de economía’ de la CEE perverte la centralidad del misterio de la encarnación, su dimensión existencial: *"la Encarnación del Verbo de Dios es por sí misma, de manera radical y esencial, el empobrecimiento de Dios. Jesús de Nazaret, el Hijo muy amado del Padre, en el que tiene sus complacencias, es el pobre por antonomasia..."*; exponen los propios obispos españoles². Y es que, Giménez Barriocanal defiende la idea de que 13 TV se sostiene como cualquier otra empresa. Sí, como cualquier otra empresa CAPITALISTA en un sistema NEOLIBERAL, en el que prima el capital sobre la persona. Un sistema socioeconómico que, no solo no se encarna en los empobrecidos, sino que los genera.

LAS CUENTAS:³

Cuando, en 2010, 13 Tv inició sus emisiones regulares en TDT, alquilar la frecuencia a Unidad Editorial (editor de El Mundo) suponía entre 2 y 2,5 millones de euros anuales. Un gasto que se

mantuvo hasta hace dos años.⁴ En 2011, la CEE se hace con el 51% de las acciones y accede a una de las 6 licencias nuevas que concede el Gobierno del PP. A pesar de no cumplir algunos de los requisitos exigidos por el Ministerio de Industria –como los referidos a la cifra de negocios o sobre la audiencia potencial– el entonces titular de la cartera, J. M. Soria, se la adjudica. Y yo me pregunto, ¿tendrá esto algo que ver con las apariciones que el ex ministro tuvo en la cadena en los términos que expuse en la 1ª parte de este artículo?⁵ Es más, ¿se debe esto a la línea ideológica de los gestores de la cadena o, bien, perfila la misma?

A lo largo de sus seis años de vida, 13 TV, ha tenido constantes pérdidas, como reflejo en el cuadro. Y, a pesar de incorporar poderosos socios y ,a la luz de las últimas noticias, de dudosa reputación como son el caso de E. Cerezo o del Banco Popular⁶, actualmente, la deuda asciende a más de 70 millones de €.



En 2015, la CEE ya disponía del 79,01% de participación en el capital de la sociedad; mientras, la COPE y el **Arzobispado de Madrid** se hacían con el 2,12% y el 1,15%, respectivamente.

Cuando la prensa preguntó al Prefecto de la Secretaría para la Comunicación del Vaticano, D. E. Viganò, sobre estas cifras, este respondió invitando a la Iglesia española a cuestionarse si este canal es realmente una prioridad para ella.⁷ Y esta es una reflexión que debemos hacer toda la Iglesia –no solo la jerarquía–: ¿Corresponde el gasto de todos estos millones a una Iglesia ‘de y para los pobres’⁸, o constituye, más bien, el privilegio de una Institución alejada de los mismos?

Y, en este sentido, hay otro aspecto que, creo, es fundamental analizar ¿de dónde ha sacado la CEE todo este dinero?

¿X tantos ?

En el portal de transparencia de la CEE se publica, cada año, una Memoria de Actividades en la que se explica en qué se gasta el dinero obtenido a partir de la casilla 'xtantos' del IRPF. La polémica surgió cuando, en 2013, se especificó el gasto correspondiente a 13 TV: de los 7,7 millones de € que se dedican a actividades pastorales nacionales, casi un 80% se destina al canal televisivo.(ver extracto).



El escándalo social que suscita el conocer estas cifras está, en mi opinión, totalmente justificado: no creo que la Iglesia deba tener ni gestionar ningún tipo de empresa capitalista. Pero, titulares como *"IRPF: La Iglesia dedica tanto dinero a 13 TV como a Caritas"* resultan engañosos, puesto que también debemos contar con lo destinado a otros proyectos sociales, que van desde la atención a la inmigración, a los menores, a los empobrecidos, a la drogadicción a la promoción de empleo o a programas de lucha contra la violencia, entre otros.

Por supuesto, este no es todo el dinero empleado por la Iglesia en la lucha contra el empobrecimiento y la exclusión. En realidad, los 6 millones procedentes del IR suponen, tan solo, el 3% destinado a Caritas y, como ya he dicho, existen múltiples programas y asociaciones eclesiales que emplean su tiempo y su dinero en esta lucha. También, debemos recordar que la propia Caritas recibe más de 20 millones (por ejemplo, 20,6 en 2013) procedentes de la casilla de "otros fines sociales"

Pero, lo que sí tengo claro, como católica, es que la Iglesia, como cualquier organización humana que se precie de ser honrada, debería autogestionarse. Porque, cuando una institución dedica tantos recursos económicos a sus actividades internas e infraestructura, se produce una perversión de su razón de ser –el servicio a las personas– para convertirse, ella misma, en un fin.

Y, esta, no es una causa contra los católicos. Durante demasiado tiempo, la Iglesia ha simplificado el problema del bien y el mal: una forma de mantener la conciencia del Pueblo de Dios domesticada. Pero ni todo lo malo deriva del mundo laico, ni todo lo bueno procede de la Iglesia. En el sermón del monte, Jesús se dirigió a los perseguidos por "su causa" –la causa del amor–, no por las causas ideológicas o particulares de los que decimos ser sus seguidores. Los católicos y católicas debemos tener una actitud crítica y constructiva para reconocer cuándo faltamos a nuestro testimonio, y para ser fieles a nuestra misión profética.

Ingeniería financiera

Para cubrir las pérdidas de 13tv, La CEE también ha recurrido a créditos y a los intereses que les renta un fondo de reserva creado a partir de lo no gastado en anteriores campañas del IRPF. Así, tenemos, por ejemplo, los 12000 millones procedentes de la línea de crédito participativo a la que se acogieron en 2015 (ver extracto), o los casi 7 millones de euros que les redituó el citado fondo entre 2012 y 2014.

Estas maniobras financieras no deberían sorprendernos procediendo de un Medio en el que uno de sus presentadores "estrella" (Carlos Cuesta, *La Marimorena*) hace telepromociones de inversión en bolsa. Pero en mi opinión, todo este dinero 'invertido' (permítanme los lecto-

bien la Sociedad dispone de una línea de crédito participativo de su accionista mayoritario con un límite de 12.000.000 euros (22.000.000 euros al 31 de diciembre de 2014) y vencimiento el 1 de abril de 2018, de la cual al 31 de diciembre de 2015 ha dispuesto de un importe de 5.400.000 euros (22.000.000 euros al 31 de diciembre de 2014). Incluyendo el efecto de la citada línea de crédito participativo el patrimonio neto al 31 de diciembre de 2015 es inferior a la mitad del capital social por lo cual se encuentra inmersa bajo el Artículo 363 y 327 de la Ley de Sociedades de Capital.

En esta situación, de acuerdo con el Artículo 363 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, la Sociedad se encuentra en causa de disolución. Los Administradores de la Sociedad

Memoria de cuentas anuales 2015, Registro mercantil



res y lectoras utilizar este término en su doble sentido), esta economía de casino, esta promoción de la usura frente a la dignidad del trabajo humano, puede –y debe ser, a la luz del Evangelio– considerado como una de las mayores inmundicias en las que se sostiene la ‘cultura del descarte’.

Consumismo

La publicidad es la tercera pata que sostiene económicamente la televisión de la CEE.

Recientemente, 13 tv firmó un contrato con la empresa de Manuel Casals –*Pulsa Media Consulting*– hijo de **Mauricio Casals**, hombre fuerte de Planeta en **Atresmedia** y presidente de *La Razón*; un periódico que, casualmente, es una de las principales referencias de las tertulias políticas de la cadena, con una marcada ideología neoliberal y muy cercana a determinados círculos del poder político y empresarial de nuestro país. ¡Dios los cría, y ellos se juntan!



El desesperado esfuerzo por hacer la cadena viable económicamente ha llevado a sus gestores a ocupar un 40% de las emisiones con pro-

gramas y spots publicitarios e, incluso, a crear una plataforma especialmente destinada a la venta de productos: la tienda 13TV.

De esta manera, la jerarquía eclesial, tan reticente a la hora de aceptar nuevas realidades y avances sociales, se ha metido de cabeza en el club de los mass media, que los poderes fácticos utilizan como instrumentos de control social y de manipulación de la conciencia. Competir con ellos, pues, supone aceptar las reglas del juego, utilizar sus mismas estrategias, convirtiéndose en colaboradores necesarios del poder establecido y de sus fines: construir una cultura del consumismo y del entretenimiento⁹, promotora de las peores inclinaciones del ser humano, como el egoísmo, la superficialidad o la indiferencia.

De hecho, la mayor preocupación de los gestores de la cadena, como hemos podido ver en sus múltiples declaraciones públicas, no ha girado en torno a la calidad ni, mucho menos, a la fidelidad al Evangelio de los contenidos. Sus esfuerzos se han centrado en la mejora de la cuota de audiencia y en la obtención de un buen *target* comercial. Y así seguirá siendo a la vista de los perfiles profesionales de los recién nombrados presidente, Julián Velasco (director general comercial de la Cadena COPE) y director general, E. Lozano (anteriormente, jefe de compras en Paramount Channel y en La Sexta).

VINO NUEVO EN ODRÉS VIEJOS

El Comité Ejecutivo del episcopado, ha decidido mantener, por ahora, la cadena y aceptar el nuevo ‘plan de viabilidad’ que pasa por cambiar

la dirección de algunos de los programas más polémicos –debido a su ideología tendenciosa– o, directamente sustituirlos por la emisión de más películas y series de producción ajena ‘low cost’. En palabras del propio Director General, 13 TV “estrenará en septiembre una programación sólida, moderna y ambiciosa [...] con contenidos atractivos para los anunciantes, para el target al que nos dirigimos y siendo rentables”. Eso sí, dando más relevancia los contenidos sociopolíticos como las audiencias papales, los viajes de Francisco y programas como “Periferias” o “Misioneros por el mundo”.¹⁰

Pero no se puede poner una vela a Dios y otra al diablo. El fin nunca justifica los medios. Y, mucho menos, cuando estos lo corrompen en su raíz misma.

Y, a este respecto, también me parecen dignas de comentar las declaraciones de Gil Tamayo, portavoz de la CEE, en referencia a la situación de 13 tv: “Tenemos la obligación de solucionar estas dificultades, pero con las reglas del juego del resto”, “no podemos arrastrar como una carga lo que no haría ninguna insti-

tución que quiera sobrevivir”. “Lo haremos con arreglo a la Doctrina Social de la Iglesia, pero también con la realidad vigente”.¹¹

Si para el representante de los obispos, las dificultades de la vida se cifran en decenas de millones de euros, debería ahondar más en la Doctrina Social de la Iglesia, que desenmascara las verdaderas causas del empobrecimiento y de la exclusión: la ‘realidad vigente’ de cientos de millones de personas.

Así pues, si el coste a pagar por mantener en pantalla 3 ó 4 horas de emisión religiosa, es el de convertirnos en cómplices de un sistema injusto y deshumanizador, deberíamos plantearnos, con urgencia, otros medios más coherentes con el Evangelio. Y, sobre todo, promover una auténtica formación integral que nos ayude a vivir nuestra fe en constante proceso de conversión personal y de transformación de las estructuras de pecado. En definitiva, llegar a ser los mejores ‘medios’: comunidades abiertas de mujeres y hombres que –desde los últimos y en conciencia– optan por vivir, libremente, una espiritualidad de encarnación al estilo de Jesús de Nazaret.

Notas

1 Desayuno informativo del Foro Nueva Comunicación organizado por Nueva Economía Fórum. Noviembre de 2016.

2 Nº 21 de “La iglesia y los pobres” *Documento de reflexión de la Comisión Episcopal de Pastoral Social*

3 Cuando me dispuse a escribir este apartado, esperaba recibir contestación a mi repetida petición a la Oficina de transparencia de la C.E.E. sobre los datos que aquí voy a referir. Desgraciadamente, tal respuesta no llegó en cinco meses. Por lo tanto, las cifras que aparecen han sido recabadas en distintos Medios de Comunicación (confrontando los de distintas líneas ideológicas) y contrastadas con las Memorias económicas de la propia CEE.

4 Según la Memoria de cuentas anuales correspondiente a 2015 depositada en el Registro mercantil, en 2015 ascendió a 2,48 millones de euros.

5 Ver 13 TV *¿Un Medio para qué? 1ª Parte: La línea ideológica*. Cultura para la Esperanza nº 105

6 Socios que ha tenido 13 Tv a lo largo de estos años: el grupo de Nicola Pedrazzoli que, entre otras cosas, produce programas de “esoterismo, videncia y tarot para otras televisiones José María Mas Millet (que tuvo cargos como presidente de Antena 3 y secretario de Telefónica) con “Shandwick Agr Comunicación SL, Umas Mutua de Seguros, la alemana Beta-film...

7 Desayuno informativo del Foro Nueva Comunicación organizado por Nueva Economía Fórum.

8 “El corazón de Dios tiene un sitio preferencial para los pobres, tanto que hasta Él mismo «se hizo pobre» (EG,197)

9 La cadena emite entre 7 y 10 horas de películas que no suelen destacar, en general, por su calidad ni por sus valores.

10 Religión Digital, junio de 2017.

11 Sic, Julio de 2017.