

Siento mucho al Señor
a mi lado



Ana Sánchez de la Nieta y Mónica Herrero

Una beatificación en la cultura digital

Del storytelling a la participación

Quisiera que el Señor
y no pensar más
que en él



148

Pontificia Università della Santa Croce
Facoltà di Comunicazione

EDUSC

General Particular DESCRIPTION
AMERIC
RESULTS, and now improv
ATIONS; and



ANA SÁNCHEZ DE LA NIETA

MÓNICA HERRERO

UNA BEATIFICACIÓN
EN LA CULTURA DIGITAL:
DEL STORYTELLING
A LA PARTICIPACIÓN

EDUSC 2020

Grafica di copertina: Liliana M. Agostinelli

© 2020 – Edizioni Santa Croce s.r.l.
Via Sabotino 2/A – 00195 Roma
Tel. (39) 06 45493637
info@edusc.it
www.edizionisantacroce.it

ISBN 978-88-8333-888-5

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Mónica Herrero	5
EL PLAN DE COMUNICACIÓN Marta Sánchez-Esparza	15
GUADALUPE PROTAGONISTA: STORYTELLING CINEMATOGRAFICO PARA UN EVENTO ECLESIAL Ana Sánchez de la Nieta	27
PRÁCTICAS NARRATIVAS Y ESTÉTICAS EN DOS PRODUCTOS: EL REPORTAJE MULTIMEDIA Y LA EXPOSICIÓN María Villarino	37
LOS RETOS LEGALES DE UNA BEATIFICACIÓN DIGITAL Efrén Díaz y Carmen García Herrería	51
EL #BeGOLFEST: UN EVENTO ADECUADO AL NUEVO CONTEXTO COMUNICATIVO Y SOCIAL María del Rincón, María Candela y Cristina Abecia	71
RELACIÓN CON LOS MEDIOS Y RECEPCIÓN MEDIÁTICA Leticia Sánchez de León y Rodrigo Ayude	89
FAN ZONES Y ENGAGEMENT: ¿SON APLICABLES A UN EVENTO RELIGIOSO? Gema Bellido y M ^a Teresa Escobar	105
LA ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS A REALIDADES LOCALES: INGLÉS E ITALIANO Helen Keefe y Tommaso Cardinale	119
LOS NÚMEROS “SOCIALES” Y LA PARTICIPACIÓN DIGITAL: NEWSLETTER, WAPP Y LA HISTORIA DE UNA APP Rafael Martín Aguado, Lucía Bassani y Sofía Altimari	133

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

MÓNICA HERRERO

Dirección comunicación Opus Dei Roma

1. QUIÉN ES GUADALUPE ORTIZ DE LANDÁZURI

Guadalupe Ortiz de Landázuri nació en Madrid, España, el 12 de diciembre de 1916. Era la cuarta y la única chica del matrimonio de Manuel Ortiz de Landázuri y Eulogia Fernández-Heredia. Sus padres la educaron en la fe cristiana. Cuando era pequeña, murió su hermano Francisco, que la precedía. Con 10 años, se trasladó con su familia a Tetuán, en el norte de África, por el trabajo de su padre, que era militar. En su infancia destacaban ya dos rasgos definitorios de su personalidad: la reciedumbre y la valentía.

En 1932 regresaron a Madrid, donde acabó el bachillerato en el Instituto Miguel de Cervantes. En 1933 se matriculó en la carrera de Ciencias Químicas en la Universidad Central. Era una de las 5 mujeres de una clase de 70. Más tarde, empezó el doctorado, porque quería dedicarse a la docencia universitaria. Sus compañeros de universidad la recuerdan seriamente dedicada al estudio, con gran simpatía y amante de lo imprevisto.

Durante la Guerra Civil Española (1936-1939), su padre fue hecho prisionero y, finalmente, condenado a ser fusilado. Guadalupe, que tenía entonces 20 años, junto con su hermano Eduardo y su madre pudo despedirse de él horas antes de su muerte y darle serenidad en esos duros momentos. Perdonó de corazón a los que habían decidido la condena de su padre. En 1937, consiguió pasar con su hermano y su madre a la otra zona de España, donde se encontraba su hermano Manolo. Se instalaron en Valladolid hasta el final de la guerra.

Volvieron a Madrid en 1939. Guadalupe comenzó a dar clases en el colegio de La Bienaventurada Virgen María y en el Liceo Francés. Un domingo de 1944, al asistir a misa se sintió “tocada” por la gracia de Dios. Al regresar a su casa, encontró a un amigo al que manifestó su deseo de hablar con un sacerdote. Este le facilitó el teléfono de Josemaría Escrivá. El 25 de enero acudió a una cita con él en el que era el primer centro de mujeres del Opus Dei, en la calle Jorge Manrique. Guadalupe recordaba ese encuentro como su descubrimiento de la llamada de Jesucristo a amarla sobre todas las cosas a través del trabajo profesional y de la vida ordinaria: ese era el mensaje que predicaba Josemaría Escrivá desde 1928. Después de considerar el asunto en la oración y de asistir a unos días de retiro espiritual, el 19 de marzo decidió responder que sí al Señor, y pidió la admisión como numeraria en el Opus Dei. Guadalupe tenía 27 años. A partir de ese momento, intensificó su trato con Dios. Cumplía con amor sus ocupaciones y buscaba pasar ratos de oración junto al sagrario.

El Opus Dei estaba en sus primeros años y, entre las tareas que había que llevar a cabo, era importante atender la administración doméstica de las residencias de estudiantes que se estaban poniendo en marcha, en Madrid y en Bilbao. Guadalupe se dedicó durante unos años a estas labores. Eran años de escasez y cartillas de racionamiento y, a estas dificultades exteriores, se sumaba su esfuerzo por aprender un trabajo para el que no tenía especial habilidad. No por eso menguó su pasión por la Química y, siempre que podía, continuaba estudiándola.

Durante el curso 1947-1948 fue la directora de la residencia universitaria Zurbarán. Conectaba fácilmente con las universitarias, que respondían con confianza a la paciencia y al cariño que les mostraba y al sentido del humor con que les ayudaba en su vida académica y personal. El 5 de marzo de 1950, por invitación de san Josemaría, fue a México para llevar el mensaje del Opus Dei a esas tierras. Iba muy ilusionada con el trabajo que se haría en este país, bajo el amparo de la Virgen de Guadalupe. Se matriculó en el doctorado de Ciencias Químicas, que había empezado en España. Con quienes la acompañaron, puso en marcha una residencia universitaria. Fomentaba en las residentes que tomaran en serio su estudio y les abría horizontes de servicio a la Iglesia y a

la sociedad de la que formaban parte. Destacaba su preocupación por los pobres y ancianos. Entre otras iniciativas, creó con una amiga —médico de profesión— un dispensario ambulante: iban casa por casa en los barrios más necesitados, pasando consulta a las personas que allí vivían y facilitándoles los medicamentos gratuitamente. Impulsó la formación cultural y profesional de campesinas, que vivían en zonas montañosas y aisladas del país y que muchas veces no contaban con la instrucción más básica.

Durante los años que estuvo en México fue una de las impulsoras de Montefalco, una ex hacienda colonial que entonces estaba en ruinas y que hoy es sede de un centro de convenciones y casa de retiros y de dos instituciones educativas: el Colegio Montefalco y la escuela rural El Peñón.

En 1956 se trasladó a Roma para colaborar más directamente con san Josemaría en el gobierno del Opus Dei. En ese año se desatan los primeros síntomas de una afección cardíaca y debe ser operada en Madrid. A pesar de la buena recuperación, su cardiopatía se hace más grave y debe regresar definitivamente a España.

Retoma la actividad académica y empieza una investigación sobre refractarios aislantes y el valor de las cenizas de la cascarilla de arroz para los mismos. Este trabajo ganó el premio Juan de la Cierva y concluyó en una tesis doctoral que defendió el 8 de julio de 1965. A la vez, desarrolló su tarea docente como profesora de Química en el Instituto Ramiro de Maeztu durante dos cursos, y en la Escuela Femenina de Maestría industrial —de la que llegó a ser subdirectora— durante los diez años siguientes. A partir de 1968 participa en la planificación y puesta en marcha del Centro de Estudios e Investigación de Ciencias Domésticas (CEICID), del que será subdirectora y profesora de Química de textiles.

Quienes coincidieron con ella recuerdan que era más comprensiva que exigente con las personas, y que se veía que buscaba a Dios a lo largo del día: se sabía mirada por Él y por la santísima Virgen, siempre que podía hacía breves visitas al sagrario, para hablar a solas con Jesús sacramentado, a la vez que pensaba en sus alumnos al preparar con rigor y dedicación las clases. Tenía muchas amistades, a las que dedicaba tiempo y sus mejores ener-

gías sin descuidar a quienes convivían con ella, a las que atendía con mucho cariño.

En 1975, los médicos deciden que la mejor opción es operarla y deja su casa en Madrid para ingresar en la Clínica Universitaria de Navarra. El 1 de julio es operada. Pocos días antes, el 26 de junio, había fallecido en Roma el fundador del Opus Dei. Guadalupe recibió la noticia con gran dolor pero con la paz y la alegría de saber que ya gozaba de Dios. Ella misma, a los pocos días, iba a enfrentar su propia muerte con esa serenidad: aunque el resultado de la operación fue satisfactorio, cuando estaba recuperándose sufrió una repentina insuficiencia respiratoria. Murió el 16 de julio de 1975, fiesta de la Virgen del Carmen, con fama de santidad.

El proceso diocesano sobre la vida, las virtudes y la fama de santidad se instruyó en la curia de la archidiócesis de Madrid. Se inició el 18 de noviembre de 2001 y se clausuró el 18 de marzo de 2005. La Congregación de las Causas de los Santos decretó su validez el 17 de febrero de 2006. Los cardenales y obispos, reunidos en sesión ordinaria el 2 de mayo de 2017, presidida por el cardenal Angelo Amato, reconocieron que Guadalupe había ejercido las virtudes teologales, las cardinales y las anejas en grado heroico. El Santo Padre dispuso que se publicase el decreto el 4 de mayo de 2017. Poco más de un año después, el Papa Francisco autorizó el 8 de junio que la Congregación de las Causas de los Santos promulgara el decreto de aprobación del milagro de Guadalupe. El milagro consistió en la curación instantánea de Antonio Jesús Sedano Madrid, de 76 años, de un tumor maligno de piel junto al ojo derecho, en el año 2002.

2. LA BEATIFICACIÓN

El 26 de octubre de 2018 se publicó en la web de Opus Dei que Guadalupe sería beatificada el 18 de mayo del siguiente año en Madrid, su ciudad natal¹. Se comunicó también que el representante del Pontífice para presidir la ceremonia de beatificación

¹ <https://opusdei.org/es-es/article/beatificacion-madrid-guadalupe-ortiz-de-landazuri/>

INTRODUCCIÓN

sería el cardenal Angelo Becciu, prefecto de la Congregación de las Causas de los Santos.

Aunque este *case study* se centra en la actividad de comunicación, conviene describir los eventos que tuvieron lugar y el marco general desde el que se concibió la organización. Se constituyó un comité organizador en Madrid, que llevaba el peso principal de los aspectos organizativos, y un comité internacional de la beatificación en Roma, donde está la sede central del Opus Dei.

El comité organizador y el comité internacional definieron tres eventos principales:

- a) La ceremonia de beatificación era el evento central. Tuvo lugar en la mañana del 18 de mayo de 2019 a las 11:00 de la mañana y estaba claramente marcado por lo litúrgico y lo eclesial.
- b) Un encuentro informal de los participantes con el prelado del Opus Dei -que acabaría llamándose #BeGOLfest- que aportó el carácter más popular, cercano y celebrativo en la tarde del mismo 18 de mayo.
- c) La Misa de acción de gracias por la nueva beata, que tuvo lugar en la mañana del domingo 19 de mayo, y que cerraba los actos con una celebración eucarística. Al finalizar la Santa Misa se proyectaron las imágenes del Ángelus esa misma mañana en la plaza de San Pedro, al final del cual el Papa Francisco habló y pidió un aplauso para la nueva beata.

El lugar elegido para los tres eventos fue el Palacio Vistalegre, un espacio multiusos para conciertos, eventos, espectáculos etc. con un aforo de 11.000 personas.

El trabajo del comité organizador se focalizó en favorecer una experiencia eclesial y espiritual profunda, a la altura del don de Dios recibido. Por eso tuvo tanta centralidad, en el comité organizador, el equipo de coordinación litúrgica, el coro, los voluntarios, etc.: era esencial que todo ayudara a elevar el alma a Dios, a darle gracias, a alabar al Único que merece alabanza plena. De ahí la importancia que tuvieron los aspectos técnicos que podían

facilitar esa vivencia: el sonido, las pantallas, los textos elegidos, la dignidad del estrado, la imagen de la Virgen de Guadalupe... También la centralidad de la foto de la nueva beata, que era un mensaje que nos deja la Iglesia: una mujer contemporánea, una científica, en el centro de la comunidad eclesial.

La comunicación estaba al servicio de este objetivo principal. Respecto a la organización de la comunicación, además de que había un responsable de comunicación en los dos comités, se contó con la estructura de comunicación de la prelatura del Opus Dei. En todos los países en donde trabaja el Opus Dei de modo estable, se cuenta con una persona responsable de la comunicación, y en muchos lugares con oficinas de información o de comunicación. La dimensión de estas oficinas es muy variada: en algunos lugares se trata de una persona que hace compatible esta tarea con otros trabajos, y en otros sitios, como es el caso de Madrid y Roma, se cuenta con una oficina con años de experiencia y más personal.

3. LA COMUNICACIÓN DE LA BEATIFICACIÓN

Una beatificación es un motivo de fiesta y alegría para la Iglesia, que proclama la santidad de uno de sus hijos, al que propone como ejemplo de vida. Trabajar en el proyecto comunicativo de una beatificación significa en primer lugar, profundizar en el significado de la santidad, y después en la historia y la vida de la persona que va a ser beatificada. Contiene todos los elementos propios de la comunicación de un evento y de un personaje, pero cuenta con algunos intangibles, especialmente valiosos, y que escapan al control de un plan o proyecto comunicativo. Estos intangibles enriquecen el trabajo, introducen el factor sorpresa, y también requieren de un marco de comprensión adecuado, que consta de tres elementos.

En primer lugar, la comprensión de que no se está trabajando sobre la comunicación de un personaje por sus logros, sino por una historia personal en la que Dios ha ocupado, sin duda, el primer lugar. El Papa ha dedicado su mensaje para la Jornada de las Comunicaciones sociales de 2020 al tema de la narración, “porque creo que para no perdernos necesitamos

respirar la verdad de las buenas historias: historias que construyan, no que destruyan; historias que ayuden a reencontrar las raíces y la fuerza para avanzar juntos”. El ejercicio de profundizar y contar la historia de Guadalupe Ortiz de Landáuzuri debía combinar la perspectiva sobrenatural que da unidad a su historia, con todos los elementos profesionales de la comunicación que permiten conocerla mejor y darla a conocer.

Por otro lado, las motivaciones de quienes lideran y realizan este trabajo comunicativo se ensanchan. Al esfuerzo y la satisfacción por la realización de un trabajo bien hecho, se añade el intangible de la motivación trascendente: la convicción de dar a conocer una historia tejida por Dios, con la cooperación libre y llena de amor de su protagonista.

Y finalmente, los resultados e indicadores del proyecto comunicativo, pudiendo ser reflejo de un trabajo bien planteado, exceden lo que pueda valorarse con cualquier métrica. Entra en el ámbito del misterio y de la acción de la gracia, el fruto espiritual que el contacto con Guadalupe haya podido tener en la vida de las personas. Pero puede resultar también presuntuoso esperararlo sin haber puesto todo el esfuerzo profesional necesario.

El proyecto comunicativo de la beatificación de Guadalupe Ortiz de Landáuzuri planteaba tres retos iniciales: dar a conocer la vida de alguien que no tuvo relevancia pública, y hacerla comprensible para la gente de hoy; atender a la vez a la realidad local de la nueva beata (madrileña, española) y a los amigos y devotos de Guadalupe en más de 60 países; y finalmente, que la experiencia de la participación en esa alegría pudiera alcanzar a millares de personas que no podrían asistir a las celebraciones en Madrid.

A lo largo de este volumen se analizará, de una manera conceptual, con obligadas referencias al caso, este proyecto de comunicación, desde un marco académico divulgativo. El objetivo tienen mucho que ver con el lugar en el que surge: una facultad de comunicación institucional de la Iglesia, donde se forma a comunicadores que dedicarán buena parte de su servicio profesional a la comunicación de valores, de la fe y de la Iglesia. El deseo es que el trabajo realizado pueda servir de

inspiración a muchos otros proyectos relacionados con diócesis e instituciones de la Iglesia de todo el mundo.

En algunos casos, la reflexión sobre el trabajo realizado fue previa; en la mayor parte, ha venido después, como consecuencia del trabajo de este volumen. Se trata, en esos casos, de dotar de la reflexión y expresión necesaria a lo que fueron intuiciones y decisiones (con aciertos y errores) de la práctica profesional.

Los capítulos abarcan distintas dimensiones de un proyecto de comunicación. En primer lugar, el plan de comunicación, el tratamiento del personaje y las técnicas y prácticas narrativas y estéticas elegidas para acercarlo al público. En este sentido, resulta de especial interés tanto la función creativa como la función curatorial aplicada al desarrollo y creación de estos productos, teniendo en cuenta los valores intangibles que debían brillar.

Por otro lado, se tratará de la relación con los medios y la recepción mediática, y de la adaptación a las realidades locales, con sus sensibilidades y marcos culturales propios. Algunos capítulos se centrarán en las acciones desarrolladas en torno a los eventos presenciales de Madrid.

En casi todos los capítulos, se destaca la dimensión digital de esta beatificación, tanto por el desarrollo de productos necesariamente digitales, como por el esfuerzo realizado para extender la participación. Además, adquiere una especial relevancia, por su novedad, un capítulo dedicado a los retos legales en el contexto comunicativo digital.

Todos los autores de este libro han sido parte activa en el trabajo de comunicación de la beatificación, por lo que la reflexión está basada en su experiencia, enriquecida por el pensamiento y la necesidad de narrarla. Sin embargo, no son los únicos que han participado en este proyecto comunicativo. Queremos agradecer el trabajo de otros profesionales de las oficinas de comunicación de Madrid y Roma, que además aportaron su experiencia en la beatificación del Obispo Prelado Álvaro del Portillo: Manolo Garrido, Raquel Rodríguez, Jesús Juan, Manuel Sánchez, Marc Carroggio y Juan Narbona; de la productora Betafilms, imprescindible en todas las fases

INTRODUCCIÓN

del proyecto; y de muchos voluntarios (con una mención especial a los fotógrafos) que pusieron su competencia profesional al servicio de este evento eclesial.

Esperamos que estas experiencias sean útiles para quienes se dedican a narrar historias que remiten siempre a la verdadera historia, la de la Palabra que habitó en el tiempo y permanece en la Iglesia.

CAPÍTULO 2 EL PLAN DE COMUNICACIÓN

MARTA CRISTINA SÁNCHEZ-ESPARZA
Equipo de comunicación Opus Dei España

1. UNA BEATIFICACIÓN PARA EL SIGLO XXI

Las figuras de los santos y beatos jalonan la vida de la Iglesia, y sirven de guía a los fieles de muy diferentes épocas. La beata Guadalupe Ortiz de Landázuri vivió en el siglo XX, pero su historia bien podría ser la de muchas mujeres corrientes del siglo XXI: autónoma, emprendedora y buena profesional, además de dedicada a los demás, haciendo compatible un trabajo intenso con una atención esmerada a su familia y a las tareas que asumió dentro de su camino como numeraria del Opus Dei².

Una de las prioridades al elaborar el plan de comunicación de la beatificación fue precisamente mostrar, a través de la vida de Guadalupe, un modelo de santidad asequible y cercano para cualquier mujer y hombre del siglo XXI.

En la exhortación apostólica *Gaudete et Exultate*, el Papa Francisco hace especial hincapié en la existencia de un ‘genio femenino’, que en el seno de la Iglesia se manifiesta “en estilos femeninos de santidad, indispensables para reflejar la santidad de Dios en este mundo”³. El pontífice hace notar que, incluso en épocas en las que socialmente las mujeres estuvieron más relegadas,

² Se llaman Numerarios (o Numerarias) aquellos fieles que, en celibato apostólico, tienen una máxima disponibilidad personal para las labores apostólicas peculiares de la prelatura; pueden residir en la sede de los Centros de la prelatura, para ocuparse de esas labores apostólicas y de la formación de los demás miembros del Opus Dei.

³ *Gaudete et Exultate*, n. 12.

“el Espíritu Santo suscitó santas cuya fascinación provocó nuevos dinamismos espirituales e importantes reformas en la Iglesia”.

Guadalupe era apenas una adolescente cuando las mujeres españolas vieron reconocido su derecho al voto (1933), y vivió los años en los que, poco a poco, entraron tímidamente en las aulas universitarias. Perteneció a una de las primeras hornadas de mujeres que se lanzaron a estudiar una carrera científica, y desde muy joven se planteó completar el doctorado y dar clases en la universidad. Su mirada no estuvo condicionada por el reducido papel que socialmente se otorgaba a la mujer en esos años. Al contrario, Guadalupe fue abriendo brecha en diferentes frentes profesionales y apostólicos, sin atender a los techos de cristal, que sin duda eran entonces más gruesos e insalvables que ahora.

Al beatificar a una persona, la Iglesia la sitúa en una especie de escaparate, exponiendo ante los fieles su vida como un ejemplo, como un modelo imitable por los cristianos de hoy. La beatificación de Guadalupe, por tanto, suponía una oportunidad comunicativa de primer orden, pues colocaba el foco sobre una espiritualidad nacida para promover la santidad del laicado, de los fieles corrientes. La beatificación de la primera persona laica del Opus Dei también ofrecía una ocasión sin parangón para dar a conocer dicha espiritualidad mediante la historia de una persona que la había encarnado.

Pero la cultura visual y el consumo de productos culturales de los hombres y mujeres de hoy no es el mismo que el de otras generaciones. De ahí la necesidad de emplear -a la hora de narrar la vida y la personalidad de Guadalupe- unos lenguajes y productos que conectasen con el público actual, dando frescura y vigencia a la biografía de una beata que vivió entre los años 1916 y 1959. Esta fue la tarea que se acometió por parte del equipo responsable de la comunicación: mostrar que la vida de Guadalupe, cuatro décadas después de su muerte, era un modelo plenamente vigente. Hacer comprensible su vida para personas que pelean en el mundo en la primera mitad del siglo XXI, personas de muy diferentes generaciones y sensibilidades.

2. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

¿En qué marco iba a tener lugar la beatificación? Analizarlo correctamente sería una de las claves para diseñar un plan de comunicación eficaz.

En primer lugar, había que atender a las disposiciones de la Santa Sede en materia de beatificaciones. Dichas disposiciones señalan, desde el año 2005, que las beatificaciones deben celebrarse por regla general en la diócesis donde vivió la persona beatificada⁴. En el caso de Guadalupe, la ceremonia debería tener lugar en Madrid, la ciudad donde nació y pasó la mayor parte de su vida.

Mientras que las canonizaciones extienden el culto al nuevo santo a toda la Iglesia, las beatificaciones están ligadas al ámbito local y circunscritas a las instituciones de pertenencia de los nuevos beatos (diócesis e instituciones varias). Las dimensiones y el desarrollo del evento deben amoldarse a esa condición local. Por ello, desde la prelatura del Opus Dei y la arquidiócesis de Madrid se previó desde el inicio una beatificación similar en cuanto a su volumen y características a otras celebradas a nivel local tanto por la misma diócesis como por diferentes instituciones de la Iglesia.

Al mismo tiempo, el hecho de que la prelatura del Opus Dei sea de ámbito universal (opera en 68 países), implicaba un interés natural hacia la beatificación de Guadalupe entre fieles de todo el mundo. Precisamente la combinación de estos dos elementos -dimensión local y significación universal-, daría como resultado el modelo de beatificación internacional y digital del que se hablará más adelante.

Con este propósito se llevó a cabo un somero estudio (*benchmarking*), sondeando las características de otras beatificaciones celebradas en España en fechas cercanas. Tal fue

⁴ Comunicación de la Congregación para las Causas de los Santos. Ciudad del Vaticano, 29 de septiembre de 2005. (http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/csaints/documents/rc_con_csaints_doc_20050929_comunicato_sp.html)

el caso del padre Tiburcio Arnaiz⁵, un jesuita español que vivió entre 1865 y 1926, y que fue beatificado en la diócesis de Málaga el 20 de octubre de 2018, con la participación de un número de fieles muy similar al esperado para la beatificación de Guadalupe.

El padre Arnaiz fue el fundador de las Misioneras de las Doctrinas Rurales, una asociación católica de consagradas seglares. El equipo de comunicación de la beatificación de Guadalupe mantuvo una entrevista con la directora de esta congregación en Málaga, Leticia Montero, así como con la portavoz del Obispado de Málaga, la periodista Ana Medina, quienes ofrecieron información sobre los pormenores de la beatificación.

Las responsables de las Misioneras de las Doctrinas Rurales trabajaron conjuntamente con el Obispado de Málaga en la organización de la beatificación, elaborando una imagen de marca, un lema, una página web y una serie de productos para dar a conocer la vida del nuevo beato. Además, se aprovecharon los meses previos para crear un clima en torno al evento, recorriendo los lugares y pueblos por los que pasó el padre Arnaiz en vida. Con este objetivo se organizaron cursos y jornadas, se editaron folletos y material gráfico, se lanzó una biografía y un documental. También se puso en marcha una exposición biográfica y se desarrollaron iniciativas que fomentaban la participación de los fieles, como la creación de una coral, adoraciones eucarísticas y conferencias preparatorias.

Estas experiencias fueron útiles al equipo que debía valorar qué tipo de soluciones comunicativas requería la beatificación de Guadalupe. Además de la inspiración proporcionada por estos otros eventos eclesiales, era necesario que el estilo y los modos de comunicar la persona de Guadalupe mostraran la naturaleza secular de la vocación al Opus Dei. Esa necesidad de reafirmar la secularidad marcaría, por ejemplo, una notable diferencia entre la imagen gráfica y el estilo de las soluciones comunicativas de ambas beatificaciones.

⁵ Voz ‘Tiburcio Arnaiz’. Real Academia de la Historia (<http://dbe.rah.es/biografias/19703/tiburcio-arnaiz>).

Además, hay que decir que la figura del padre Arnaiz poseía una fortísima raigambre en las zonas rurales de Málaga y Cádiz y que, en torno a su persona, había una muy extendida devoción popular. La figura de Guadalupe, en cambio, estaba más atomizada entre personas de diversos lugares, y en muchos casos pertenecía a la intimidad de sus devotos. Su historia y biografía no había trascendido a ámbitos públicos ni generado manifestaciones con resonancias populares.

Además de no ser un personaje público, Guadalupe era poco conocida en el seno de la propia institución a la que perteneció: el Opus Dei. Su biografía y su devoción habían llegado a un número significativo de fieles, pero quizá no tanto como la de otros. Entre los miembros del Opus Dei probablemente gozaban de una devoción más arraigada figuras como las de Isidoro Zorzano -uno de los primeros que siguieron a San Josemaría-, la joven catalana Montse Grases, o el médico de Guatemala Ernesto Cofiño.

Todos estos factores fueron determinantes a la hora de planear el plan de comunicación, que partió de un primer análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO).

3. RASGOS DIFERENCIALES

Como consecuencia del citado análisis DAFO se extrajeron una serie de conclusiones que dieron lugar a diferentes líneas de trabajo. A continuación, se expondrán los principales rasgos diferenciales de la figura de Guadalupe que sirvieron para articular el plan de comunicación.

Como ya se ha dicho, entre las debilidades asociadas a la figura de Guadalupe se encuentra el desconocimiento sobre su vida y, como consecuencia, una devoción limitada. Asimismo, la única biografía publicada por la editorial *Palabra* dibujaba un perfil algo inalcanzable, con unas cualidades extraordinarias, difíciles de imitar⁶.

⁶ EGUIBAR, M. (2002), *Guadalupe Ortiz de Landázuri. Trabajo, amistad y buen humor*. Madrid: Palabra

El objetivo era difundir con claridad y atractivo la vocación de una persona corriente a la santidad. Frente a este propósito, se identificaron algunos obstáculos o amenazas. Una de ellas era el papel que hasta la fecha había desempeñado la mujer en el seno de la Iglesia y, por lo tanto, también en el Opus Dei como institución. ¿Hablar de una de las primeras mujeres del Opus Dei supondría poner el foco sobre ello? ¿beneficiaría o perjudicaría al relato?

Igualmente, el afán por llevar el mensaje del Opus Dei a muchas personas, que impulsó a Guadalupe a una amplia actividad apostólica, podría ser malinterpretado. Se valoraron algunos detalles de la vida de Guadalupe más difíciles de explicar, tales como su actividad en diferentes cargos de dirección dentro de la institución, o su trabajo en las actividades domésticas de algunos centros.

Respecto a las fortalezas, se constató el potencial que suponía que se tratase de una mujer rompedora para su tiempo, universitaria y con inquietudes en el plano cultural y académico, con deseos de constante mejora profesional, y con una vida rica en acontecimientos, que ofrecía material abundante para un relato con tintes épicos, en clave de aventura: vivió la guerra; perdió a su padre al comienzo de la contienda; fue de las primeras mujeres en sumarse a San Josemaría en su empeño por difundir la vocación a la santidad de los cristianos corrientes; atravesó el océano en unos años en los que las mujeres no viajaban solas para plantar la semilla del Opus Dei en el continente americano; padeció la enfermedad; – tuvo que reinventarse profesionalmente; supo conciliar el cuidado de su madre anciana con sus deberes al frente de un centro del Opus Dei...

Su personalidad ofrecía también una paleta de colores muy en consonancia con la sensibilidad actual: autonomía, naturalidad, audacia, sentido positivo, carácter emprendedor y alegre, sencillez... Su labor en México supuso, en pocos años, una importante promoción de cientos de mujeres campesinas, lo que manifestaba su preocupación social, que mantuvo también durante los años en los que residió en Madrid, donde colaboró en trabajos de voluntariado y acción social.

Por último, se valoraron las oportunidades que representaba la beatificación de Guadalupe para explicar algunas notas de la espiritualidad del Opus Dei, que ella encarnó: la importancia del trabajo como eje de la santidad del cristiano corriente, la labor evangelizadora de los fieles laicos, y algunos otros rasgos de la fisonomía espiritual de los miembros de esta institución. También suponía una ocasión para mostrar la vida de las mujeres en el seno del Opus Dei, y para visibilizar numerosas labores sociales acometidas por personas ligadas a la prelatura.

4. EJES ESTRATÉGICOS

Como consecuencia del análisis DAFO, se diseñaron tres ejes estratégicos sobre los que podían pilotar los mensajes y materiales en torno a Guadalupe y su beatificación. El primero serviría para visualizar a la nueva beata en cuanto a su identificación con su camino en el seno de la Iglesia. El segundo pondría el acento en su carácter abierto y emprendedor, y el tercero en su faceta profesional y en su compromiso con la transformación del mundo en el que vivió.

- a) *Mujer identificada con su vocación.* Guadalupe siente la llamada de Dios para formar parte del Opus Dei en 1944, y desde entonces, se identifica con esa espiritualidad y pone todas sus cualidades al servicio de esa misión. Su biografía discurre paralela con el primer desarrollo y la posterior consolidación de esta nueva institución en el seno de la Iglesia. Guadalupe fue una de las primeras mujeres en formar parte, y se sintió desde el primer momento corresponsable, junto con el fundador, en la tarea de extender el mensaje de la santidad de los cristianos corrientes, primero mediante su propia santidad y crecimiento en virtudes, su vida espiritual y su trato con Dios, y su ilusión por acercar a Dios a muchas personas. El compromiso con su vocación la llevó a estar plenamente disponible para ir a cualquier lugar donde se enviase el fundador, san Josemaría Escrivá de Balaguer.

- b) *Emprendedora y abierta.* Guadalupe tenía un carácter extrovertido y alegre, optimista. Era magnánima, aventurera, fuerte ante las dificultades, sencilla y audaz. Todos esos atributos le hicieron ser pronto un apoyo para las demás mujeres del Opus Dei, le permitieron tratar a un gran número de personas, y la capacitaron para emprender iniciativas como el comienzo de las actividades en México, o la puesta en marcha de la primera residencia universitaria femenina promovida por la Obra en el mundo, entre otras. Es de destacar su amistad con personas de todo tipo, raza, origen y clase social, y su gran capacidad de escucha.
- c) *Profesional comprometida con su tiempo.* Guadalupe estudió Químicas en la Universidad Central de Madrid cuando la representación de mujeres en las aulas de carreras científicas era residual. En su curso, de 70 alumnos, únicamente cinco eran chicas. Trató de alcanzar el máximo grado en los estudios de su carrera, lo que la llevó finalmente a defender su tesis doctoral y a dedicarse a la docencia en diferentes centros. La química fue además una herramienta con la que no sólo investigaba, sino que trataba de mejorar su entorno. El tema de su tesis (las propiedades refractarias de la cascarilla del arroz) así lo acredita, pues se trata de un estudio que podría incluirse en temáticas como la sostenibilidad o el medio ambiente, y que está ligado también con el uso de estos materiales en países en desarrollo. Fue además pionera en el lanzamiento de proyectos relacionados con la formación de empleadas de hogar, escuelas de formación de la mujer rural en México o promoción social en barriadas deprimidas de Madrid.

Junto con estos tres ejes estratégicos se enumeraron una serie de rasgos generales de la vida de la beata que se desarrollarían en los diferentes materiales. Entre estos rasgos destaca la centralidad de Jesucristo en su vida, que se desvela a través de sus cartas y notas personales. De ese eje central derivan, por ejemplo, su capacidad para la amistad, el perdón y la generosidad de espíritu. Algunas de sus virtudes se presentaban especialmente

apropiadas para el relato de su vida: su valentía, por ejemplo, permitía presentarla con singularidad y atractivo para las nuevas generaciones, y narrar con mayor acierto la tarea emprendida en México. Lo mismo sucede con su alegría y optimismo, su fortaleza, su magnanimidad o su capacidad de trabajo y su talante emprendedor, demostrado en un puñado de iniciativas pioneras que abanderó personalmente.

5. EL TONO

Se vio conveniente alternar tres tonos según los materiales

- a) En general, y para hablar en tercera persona sobre Guadalupe (especialmente en torno a las cuestiones profesionales, científicas y aquellas que tenían que ver con su trabajo de gobierno en el Opus Dei) se consideró oportuno emplear un tono histórico, riguroso, propio de las voces expertas según cada uno de los temas.
- b) Utilizar su propia voz –recogida en sus cartas- en algunos materiales, pues era un tono directo, actual y alentador. En este caso, los formatos tendrían que ser más novedosos y originales.
- c) Para otros materiales centrados en el modo de vivir su vocación se decidió emplear un tono culto pero más emotivo.

6. TIPOS DE PÚBLICOS Y CANALES

El primer objetivo en este campo fue que la figura de la nueva beata fuera mejor conocida y por tanto querida por las propias personas de la prelatura. Para ello se utilizaría la web institucional www.opusdei.org y se organizarían actos sencillos en diferentes centros del Opus Dei así como en distintas labores educativas y sociales vinculadas con la prelatura.

Más adelante, y en la medida en que fueran sucediéndose los acontecimientos, esta información se iría ampliando primero a un público católico y espiritualmente cercano y, después, al público general.

7. ACCIONES Y PLANIFICACIÓN TEMPORAL

Entre las acciones ideadas en esta fase de elaboración del plan de comunicación estuvo la creación de un comité de expertos, a quienes acudir para consultas o para que actuaran como ponentes en diferentes foros sobre Guadalupe Ortiz de Landáuzuri. Se pensó inicialmente en 15 personas, aunque en los meses sucesivos se amplió el número y se incluyeron investigadores, profesores universitarios, comunicadores y personas que habían conocido en vida a la nueva beata. También se decidió buscar la ayuda de algún químico y de personas que pudieran hablar del periodo de Guadalupe en México.

Además, se decidió llevar a cabo un conjunto de acciones comunicativas, como la edición de infografías, folletos, clips biográficos o artículos y entrevistas en torno a la nueva beata, además del impulso de varios estudios históricos sobre su figura a través de entidades como el Centro de Documentación y Estudios Josemaría Escrivá (CEDEJ).

En cuanto a la planificación temporal, se establecieron tres fases de desarrollo del plan de comunicación:

Fase I (de noviembre de 2018 a enero de 2019)

En la primera etapa se puso el foco en la comunicación interna. El principal objetivo fue satisfacer el interés implícito en torno a la figura de Guadalupe entre los fieles de la propia institución. Para ello, durante estos meses se elaboraron materiales escritos, gráficos y audiovisuales que se publicaron en papel y soporte digital. Fue especialmente relevante en esta etapa la publicación en diciembre de un ebook titulado “Letras a un santo” que recogía un gran número de cartas escritas por Guadalupe a San Josemaría.

Fase II (de enero de 2019 a marzo de 2019)

En este intervalo de meses el principal objetivo fue dar a conocer a Guadalupe y la noticia de su beatificación en círculos concéntricos, a partir de los grupos de interés más cercanos (como las personas que participan en las actividades formativas en centros del Opus Dei) y continuando

por otros menos cercanos. Para ello se diseñó un calendario de eventos en diferentes ciudades españolas, como la presentación de la nueva biografía, coloquios y conferencias sobre la futura beata, jornadas en colegios y centros educativos, pequeñas exposiciones en colegios, etcétera. Actos similares se replicaron en otros países. En todos esos casos se contó con personas de la propia institución a nivel local, que organizaron y coordinaron estos eventos, y que procuraron darles cierta difusión en medios de comunicación de la zona.

Fase III (de marzo de 2019 a mayo de 2019)

En la recta final el foco se puso en que muchas personas pudieran vivir la fiesta que supone cada beatificación a través de la asistencia física o virtual a la ceremonia y a los otros eventos. Con este motivo se diseñaron algunos eventos los días previos, se lanzó una app para seguir la beatificación y beneficiarse del contenido de las ceremonias, los textos y materiales elaborados, y para fomentar la participación en los eventos que se celebrarían en muchas ciudades alrededor del mundo el día de la beatificación. También se emplearon otros sistemas de comunicación como la mensajería por WhatsApp para mantener informadas de las novedades a todas las personas interesadas.

En definitiva, el plan de comunicación sirvió para vertebrar, en un periodo de seis meses, un conjunto de mensajes clave, a través de determinados soportes y productos. Estos productos se elaboraron para ser parte del propio mensaje, lograron llegar a diferentes públicos, y generaron adhesión y empatía, con especial énfasis en el público joven. Esa empatía fue creciendo a medida que se acercaba la beatificación, y convirtiendo a quienes ya habían conocido a Guadalupe en devotos de la nueva beata.

CAPÍTULO 3

GUADALUPE PROTAGONISTA: STORYTELLING CINEMATOGRAFICO PARA UN EVENTO ECLESIAL

ANA SÁNCHEZ DE LA NIETA
Dirección comunicación Opus Dei España

1. INTRODUCCIÓN

Tras el plan de comunicación, había que pensar en los productos informativos que se querían elaborar y en cómo elaborarlos.

Se contaba con un personaje muy atractivo y rico, pero poco conocido. Además, existían otras dificultades, en cierto modo “heredadas” por este desconocimiento. Por ejemplo, el material informativo sobre Guadalupe era casi inexistente. En el año 2002 se había publicado la biografía de Mercedes Eguibar y en el año 2005 Formato Producciones había estrenado un completo documental que recogía testimonios de familiares y amigos de Guadalupe y recorría los principales lugares de su vida. No había mucho más.

Además, se contaba con aproximadamente 50 fotos, de escasa calidad, y casi un centenar de cartas personales de Guadalupe, muchas de ellas dirigidas al fundador del Opus Dei y en las que se percibía la personalidad de la futura beata.

En definitiva, no existía demasiado material, especialmente si se compara con las dos beatificaciones de personas del Opus Dei que se habían celebrado previamente. Tanto en el caso de san Josemaría como en el del beato Álvaro del Portillo, por sus cir-

cunstancias biográficas y sus cargos en la prelatura del Opus Dei, se contaba con una gran cantidad de fotos, grabaciones, textos escritos, intervenciones públicas, etc. Guadalupe era una mujer con un trabajo normal y una vida mucho menos pública.

El gran reto, por lo tanto, era facilitar que su figura llegara a un público que no la conocía. En el caso del público más joven se trataba además de acercar un personaje que podría resultar muy lejano pues había muerto 40 años atrás.

2. QUE ENTRE POR LOS OJOS

Pronto comprendimos que, si se quería enganchar a un público mayoritariamente joven, se tendría que optar por una narrativa adecuada para ese público: contar una historia, la de la protagonista, con una estética y unas herramientas que la audiencia actual reconociera como propias.

Con esa idea en la cabeza, desde el principio, se optó por un lenguaje mucho más audiovisual que escrito. Es aquí cuando surge la idea de utilizar un *storytelling* cinematográfico que no es otra cosa que explorar las técnicas de relato que utilizan las películas y aplicarlas a la comunicación de la beatificación. Parte del equipo que iba a trabajar en la comunicación de la beatificación tenía cierta facilidad para manejarse en el terreno audiovisual. Eso facilitó mucho tanto la reflexión como la ejecución de algunos materiales. Y aceleró la conexión natural con la modernidad.

Hablar de *storytelling* cinematográfico en una beatificación supone hablar de imagen, de sonido, de montaje, de diseño, de escenarios, de experiencia inmersiva y de conexión emotiva. Pero supone, sobre todo, hablar de guion y personajes. Hablar de la historia. Una película es una historia que se cuenta en imágenes. Existía una historia de santidad protagonizada por una mujer y había que vestirla y mostrarla al público.

En la fase de reflexión sobre el plan de comunicación se había estudiado a fondo la figura de Guadalupe y se habían identificado algunos rasgos que resultaba interesante destacar de manera especial. Ya en ese momento se tomó una decisión que facilitaría el trabajo posterior: centrar la comunicación de Guadalupe en ella misma.

Además de razones de coherencia, digamos “teológica”, -la

santidad no es ni familiar ni institucional- es personal, había una decisión narrativa: nuestra “película” tenía una sola protagonista, aunque hubiera secundarios relevantes. En ese sentido, lo esencial no era su pertenencia al Opus Dei -que lógicamente se resaltó- o los aspectos familiares -que eran tentadores con un hermano y una cuñada en proceso también de beatificación- sino mantener el foco del protagonismo en Guadalupe.

La clave era adentrarse en el personaje y dotarlo de una identidad visual y gráfica propias. Con estos dos elementos como base, se podrían elaborar diferentes productos que tendrían una coherencia narrativa. No se trataba de sumar por sumar productos informativos sino de crear un “cosmos” coherente y unificado donde cada lector, espectador o internauta tomara lo que quisiera.

3. GUADALUPE, PROTAGONISTA

En el proceso de escritura cinematográfica, un trabajo clave es la construcción del o los protagonistas, antagonistas y secundarios. En este caso no había necesidad de “crear” un personaje porque ya existía una persona, pero sí se podía trabajar la persona de Guadalupe en términos narrativos más eficaces y atractivos.

Para eso, se exploraron dos conceptos muy utilizados en la creación de personajes de ficción en el cine. En primer lugar, se buscó cuál de los 12 arquetipos estudiados por Carl Jung se identificaba más con Guadalupe. Aunque en términos metafísicos, o incluso psicológicos, reducir una persona a un arquetipo puede resultar casi insultante, en términos narrativos esta “reducción” resulta eficaz.

Carl Gustav Jung entendió los arquetipos como patrones e imágenes arcaicas universales que derivan del inconsciente colectivo y son la contraparte psíquica del instinto. Los arquetipos forman parte del imaginario colectivo y dotar a un personaje de una naturaleza arquetípica, aunque luego se enriquezca, permite que el espectador o el lector tenga de base una información valiosa sobre el personaje.

Carl Jung señala 12 arquetipos fundamentales: El Inocente, El Hombre Corriente, El Explorador, El Sabio, El Héroe, El Forajido o rebelde, El Mago, El Amante, El Bufón, El Cuidador, El

Creador y El Gobernante. Entre los doce, Guadalupe podría encajar en varios: era una mujer de su época y normal (mujer corriente), destacó por su inteligencia y disfrutaba con la investigación científica (sabia), no quiso adaptarse a los parámetros machistas de la época en la que vivió (rebelde), era alegre y le encantaban los chistes (bufón), dedicó gran parte de su vida a cuidar a sus amigos y a su familia (cuidadora) y lideró proyectos de envergadura en tiempos muy difíciles (heroína y líder).

Finalmente, el arquetipo que se decidió trabajar como eje fue el de exploradora. En algunas entrevistas con historiadores –que fueron claves en la reflexión sobre los diferentes productos informativos- se subrayó su carácter de pionera. Sin ser estrictamente la primera, Guadalupe fue una de las primeras en muchos campos. Una mujer que, junto con otras, tuvo que abrir camino. Estudió en la universidad cuando las aulas estaban repletas de hombres, y estudió ciencias cuando la mayoría de mujeres eran de letras. Fue una de las primeras mujeres del Opus Dei, una institución prácticamente recién nacida y una de las primeras que empezó la labor apostólica de esta institución en otros países.

Y un pionero es un explorador. El terreno que pisa apenas lo ha pisado nadie antes y a él le toca recorrerlo, conocerlo y mejorarlo. El arquetipo de explorador, exploradora en este caso, encierra muchas de las cualidades de Guadalupe. Los exploradores suelen ser gente valiente, de corazón y ánimo grandes, abiertos a las novedades y sin miedo al futuro, constantes en el esfuerzo, optimistas y esperanzados.

Trabajar el personaje de Guadalupe desde esta óptica ayudaba también a manejar otra herramienta de guion que resultó práctica: reunir los acontecimientos de su vida siguiendo las etapas del viaje del héroe que diseñó Campbell y mejoró Vogler. Guadalupe tuvo una vida rica en acontecimientos; vivió en diferentes países, sufrió las dolorosas consecuencias de una guerra y se dedicó profesionalmente a tareas diversas. La manera de agrupar todos estos acontecimientos se podría haber hecho de muchas formas, pero no hay duda de que plantear la vida como un viaje tiene un componente narrativo fuerte y ayuda a que el público siga la historia y se identifique con el personaje.