



Universidad de San Andrés  
Oficina de Posgrados

*Escuela de Negocios*  
**Maestría en Marketing y Comunicación**

**Trabajo Integrador Final**

Estrategias de la Iglesia católica argentina  
para actualizar su comunicación institucional en las redes  
en el marco de una nueva relación con el Estado Nacional.

Análisis de caso

**Alumna**

María Inés Lagos

**Director**

Prof. Alberto Terlato

2021

## Índice

Presentación del caso _____	6
Justificativa y relevancia _____	7
Objetivos del presente trabajo _____	8
Estructura del trabajo _____	9
<b>El Estado y la Iglesia. Una perspectiva económica _____</b>	<b>10</b>
La Reforma Eclesiástica _____	10
Las leyes de sostenimiento económico a la Iglesia católica _____	14
Situación en 2018 _____	15
La renuncia a la subvención estatal _____	16
<b>El contexto _____</b>	<b>17</b>
<b>Análisis PESTEL _____</b>	<b>17</b>
Económico _____	17
Tecnológico _____	18
Social _____	18
Legal _____	19
<b>Opiniones de la sociedad sobre la Iglesia católica _____</b>	<b>20</b>
<i>La Iglesia católica, sus obras y su financiamiento</i> _____	20
<i>Labor de Cáritas</i> _____	24
<b>Principales oportunidades y desafíos _____</b>	<b>25</b>
Oportunidades _____	25
Desafíos _____	26
<b>Entrevistas en profundidad _____</b>	<b>30</b>
Comentarios preliminares _____	31
Principales desafíos que plantea la cultura _____	32
La Iglesia de cara a la sociedad _____	34
Aciertos _____	35
Oportunidades de mejora _____	36
Qué tiene la Iglesia para comunicar _____	39
Uso de las redes sociales _____	41
Cómo llegar a un público refractario _____	42
¿Debe la Iglesia actualizar su mensaje? _____	43
<b>Antecedentes: el caso español _____</b>	<b>44</b>
<b>El Programa de Financiamiento Eclesial _____</b>	<b>45</b>
Pautas comunicacionales definidas por la Comisión _____	46
Target _____	46

Contenido _____	47
Canales _____	47
Periodo de implementación _____	47
Evaluación de resultados _____	47
<b>Conclusión _____</b>	<b>48</b>
<b>Propuestas para el plan de comunicación _____</b>	<b>48</b>
Target _____	48
Contenido _____	50
Canales _____	50
Período de implementación _____	51
Evaluación de resultados _____	51
<b>Propuestas generales _____</b>	<b>52</b>
<b>Reflexiones finales _____</b>	<b>53</b>
<b>Anexo I: Encuesta de Voices! _____</b>	<b>71</b>
<b>Anexo II: Entrevistados y preguntas para las entrevistas en profundidad _____</b>	<b>86</b>
<b>Los entrevistados _____</b>	<b>86</b>
Agustín Stelatelli _____	86
Cristina Bergallo _____	86
Daniel Woites _____	86
Francisco Muñoz Larreta _____	86
Gabriela Cicalese _____	86
Inés San Martín _____	87
Juan Della Torre _____	87
Juan Pablo Cannata _____	87
Mariano de Vedia _____	87
Mercedes Ruiz Luque _____	87
Ricardo Palmieri _____	88
Susana Fernández Pedemonte _____	88
Virginia Bonard _____	88
Virginia Vilella _____	88
<b>Preguntas _____</b>	<b>88</b>
La Iglesia Católica hoy en Argentina _____	88
La comunicación de la Iglesia Católica _____	89
El público de la Iglesia Católica _____	89
La encuesta de Voices! _____	89

## Introducción

Mucho se ha hablado sobre el hecho de que el Estado Argentino aporta fondos de su presupuesto a la Iglesia católica. Algunas opiniones de la sociedad en este punto van desde el rechazo hasta una favorable que sostiene que, si la mayoría de los argentinos se percibe católico, ¿por qué va a estar mal que el Estado aporte una parte de los fondos que recibe de sus contribuyentes para sostener las obras que aquella lleva a cabo? (Voices!, 2020; TELAM, 15 de marzo de 2018). Por otro lado, hay personas que consideran que no debe existir ni sostenimiento económico ni relación de tipo alguno. Esquivel (2009; 2018), por ejemplo, afirma que desde la época de la colonia la Iglesia ha intentado imponer su moral a la sociedad y que esto es contrario a los principios de la pluralidad y la democracia. Frigerio (2007; 2018), en cambio, considera que no ha habido, como se cree, un *monopolio religioso* a través del cual la Iglesia católica impusiera sus ideas de forma absoluta sobre la sociedad, sino que hubo siempre una gran variedad de propuestas doctrinarias.

Todavía más, en los últimos años la sociedad argentina vio multiplicarse los pañuelos naranjas, que bajo el lema “Iglesia y Estado, asunto separado”, exigían una ruptura completa de relaciones entre ambas instituciones.

En el plano económico, en el último tiempo se presentaron en el Congreso de Argentina varios proyectos de ley destinados a retirar el apoyo económico a la Iglesia católica, pero ninguno fue aprobado. Ahora bien, el debate en torno al aporte estatal a la Iglesia entró nuevamente en escena –y con especial énfasis– cuando en marzo de 2018, el entonces Jefe de Gabinete, Marcos Peña, debió responder ante el Congreso de la Nación a la pregunta de la diputada Carla Carrizo acerca de cuánto era el presupuesto estatal destinado al sostenimiento del culto católico. La respuesta del Jefe de Gabinete, \$130.000.000 (unos u\$s 6.310.680)<sup>1</sup>, causó revuelo en la cámara (Cfr.: Colombo, 14 de marzo de 2018; TELAM, 15 de marzo de 2018).

---

<sup>1</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 15 de marzo de 2018. Cambio \$/u\$s 20,6. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

La antedicha subvención estatal se destinaba por entonces para tres fines. En primer lugar, las asignaciones a los obispos (incorrectamente interpretadas como 'sueldos'), que consistían en un monto equivalente al 80% del sueldo de un juez de primera instancia y que se destinaban al sostenimiento de sus respectivas diócesis.<sup>2</sup> En segundo lugar, los subsidios a parroquias en zonas de frontera que, según datos oficiales, en 2018 se enviaron a 572 sacerdotes. Y, finalmente, la Iglesia recibía subsidios para sus seminaristas, quienes en ese mismo año sumaron un total de 926 personas.<sup>3</sup> Estos aportes estaban reglamentados por las leyes 21.950/1979, 22.162/1980 y 22.950/1983, respectivamente y dichas leyes fueron confirmadas en el año 2014 (Cfr.: La Nación, 4 de noviembre de 2018).

Es preciso aclarar que la controversia por subvención estatal viene de larga data. Fretes (19 de abril de 2018) afirma que, en 1822 Bernardino Rivadavia, por entonces Ministro de Gobierno de Martín Rodríguez, confiscó varios inmuebles a la Iglesia a los que calificó de "no necesarios para el culto" (Fretes, 19 de abril de 2018). Años más tarde, durante la Convención Constituyente de 1871, sería Bernardo de Irigoyen, Procurador del Tesoro de la Nación, quien reconociera que, hasta la llamada *Reforma Eclesiástica* realizada durante los años veinte del siglo XIX, la Iglesia se sostenía por sus propios medios. Sin embargo, añade Fretes (19 de abril de 2018), habría sido el propio Estado quien luego optaría por hacerla económicamente dependiente de sí para controlarla. Di Stefano y Zanatta (2009) comparten esta hipótesis. En cambio, en un artículo del diario La Nación (4 de noviembre de 2018), se afirma que el papel de tal Reforma fue mucho menor a lo que se cree y que apenas afectó a la Ciudad de Buenos Aires donde la Iglesia fue compensada por sus pérdidas.

Por otra parte, según se detalla en el mismo artículo, el presupuesto destinado a la Iglesia para el año 2018 significaba apenas el 0,005% del

---

<sup>2</sup> Según el artículo 369 del Código de Derecho Canónico de la Iglesia Católica, una diócesis es "una porción del pueblo de Dios, cuyo cuidado pastoral se encomienda al Obispo". En pocas palabras, es un territorio jurídicamente independiente de los demás gobernado por un Obispo. Es el equivalente a una provincia en el plano político.

Cfr.: [https://www.vatican.va/archive/cod-iuris-canonici/esp/documents/cic\\_libro2\\_cann368-374\\_sp.html](https://www.vatican.va/archive/cod-iuris-canonici/esp/documents/cic_libro2_cann368-374_sp.html)

<sup>3</sup> <https://www.economia.gob.ar/hacienda/cgn/cuenta/2018/tomoiijur35.html>

presupuesto estatal y, desde el punto de vista de la Iglesia católica, sólo el 6% de sus ingresos. En efecto, y como afirmara el obispo de San Francisco, Córdoba, Sergio Buenanueva,

(...) el 94% restante [del presupuesto anual de la Iglesia católica] procede del aporte de los propios católicos, de las colectas de misa, donaciones, diversas actividades y rentas. Es así como un inmenso entramado de voluntades y voluntarios suple en muchísimas áreas la ausencia del Estado. Sin requerir de este un peso en contraprestación, contribuye a devolver la dignidad a muchos compatriotas, con generosa dedicación, propia de una fecunda riqueza espiritual (La Nación, 4 de noviembre de 2018)

Se podrían agregar algunas otras perspectivas. En un artículo del diario La Prensa, González (15 de agosto de 2018) destaca que ese mismo año el Estado había destinado esa cifra multiplicada 50 veces (\$7.531.000.000 o u\$s 392.239.583)<sup>4</sup> a diversas ONGs, muchas de las cuales, ni siquiera se sabe qué hacían con los fondos recibidos. Por otro lado, agrega, los aportes a la Iglesia católica están regulados por la ley, no así los financiamientos a las demás ONGs que tildó de “discrecionales” (González, La Prensa, 15 de agosto de 2018).

Fretes (19 de abril de 2018) destaca que sólo en 2016, la Colecta Anual de Cáritas recaudó unos \$282.000.000 (unos u\$s 18.552.632).<sup>5</sup> A esto hay que agregar los \$35.000.000 (unos u\$s \$ 2.173.913)<sup>6</sup> que logró reunir la Colecta Más Por Menos, sin incluir los aportes semanales que reciben las parroquias ni las donaciones permanentes a Cáritas Nacional ni a las distintas Cáritas diocesanas, etc. En pocas palabras, en 2016 la Iglesia católica destinó a obras de caridad más de \$317.000.000 (u\$s 20.726.545) que fueron aplicados a proyectos de educación, vivienda, recuperación de drogadicciones, alimentación, microemprendimientos, etc. De ahí que este autor se preguntase

---

<sup>4</sup> Utilizado para la conversión el dólar BNA vendedor el 16-1-18. \$/u\$s: 19,2. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar). En tal fecha fue publicado el presupuesto. Cfr.: <https://datos.gob.ar/dataset/sspre-presupuesto-administracion-publica-nacional-2018>

<sup>5</sup> Utilizado para la conversión el dólar BNA vendedor el 30-6-16. \$/u\$s: 15,2. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>6</sup> Utilizado para la conversión el dólar BNA vendedor el 31-12-16. \$/u\$s: 16,1. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

si es el Estado Argentino quien sostiene a la Iglesia católica o es, más bien, al revés. Es preciso tener en cuenta que, según informa el sitio Chequeado.com (14 de diciembre de 2017) en ese mismo año, 2016, el Estado había aportado a la Iglesia católica un total de \$136.000.000 (u\$s 8.558.842,04).<sup>7</sup>

### **Presentación del caso**

En noviembre de 2018 se reúne la Conferencia Episcopal Argentina – cabeza jerárquica de la Iglesia en este país conformada por sus obispos– y se lleva a cabo una asamblea plenaria en el partido de Pilar (De Vedia, 10 de noviembre de 2018). Allí los obispos católicos anuncian su decisión de renunciar a los tres tipos de fondos descritos precedentemente (asignación a los obispos, subvención a las parroquias de frontera y contribución a los seminaristas). Es interesante destacar, como lo hicieron el entonces Secretario de Culto de la Nación, Alfredo Abriani, en una entrevista al diario El Tribuno (Alfaro, 8 de octubre de 2019), que es la Iglesia en la persona de sus obispos la que decide renunciar a estos fondos; no se trata de una iniciativa del Gobierno (más allá de que, como se ha mencionado, si bien se habían presentado varios proyectos de ley, nunca se había llegado a hacer efectiva esa línea de acción).

A partir de noviembre de 2018, entonces, comienza a plantearse la necesidad de conseguir nuevas fuentes de ingresos en la forma de donaciones permanentes para la Iglesia católica. Con este objetivo, la Conferencia Episcopal Argentina crea la llamada Comisión Episcopal para el Sostentamiento de la Acción Evangelizadora de la Iglesia (de aquí en adelante la denominaremos sencillamente ‘Comisión’) y designa a Mons. Guillermo Caride, Obispo auxiliar de la Diócesis de San Isidro, como presidente de la misma.

Dicha Comisión está conformada por el P. Máximo Jurcinovic, quien ejerce como vocero de la Conferencia Episcopal Argentina, y cuatro laicos.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Utilizado para la conversión el dólar BNA vendedor el 31-12-16. \$/u\$s: 15,89. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>8</sup> La Iglesia católica denomina laicos a todos aquellos cristianos que no pertenecen al orden sagrado (no son diáconos, sacerdotes ni obispos) ni a una congregación religiosa reconocida por la Iglesia (no son monjes/as). Cfr.: [https://www.vatican.va/archive/catechism\\_sp/p123a9p4\\_sp.html#I%20Los%20fieles%20laicos](https://www.vatican.va/archive/catechism_sp/p123a9p4_sp.html#I%20Los%20fieles%20laicos)



Además, se contrataron los servicios de una empresa de marketing digital y de un banco para gestionar las donaciones online.<sup>9</sup>

Se comienza así a esbozar un proyecto de comunicación con dos objetivos principales. Por un lado, permitir que la Iglesia, como institución, pueda mejorar su comunicación y, de esta manera, crecer en transparencia, tanto desde el punto de vista económico, como pastoral. Por el otro lado y, dependiendo del punto anterior, lograr la adhesión de aquellas personas que, tomando conciencia de la labor que realiza la Iglesia, decidan comenzar a colaborar económicamente con ella.<sup>10</sup>

### **Justificativa y relevancia**

Esta temática tiene para esta maestranda un interés particular, dado que actualmente trabaja en el Equipo Nacional de Cáritas Argentina, la organización a través de la cual la Iglesia católica realiza su labor social al servicio de los más necesitados en este país.<sup>11</sup> Cáritas Argentina (o simplemente “Cáritas”), en efecto, lleva adelante numerosos proyectos a través de apoyos escolares, emprendimientos de economía social y centros de recuperación de adicciones, entre muchos otros. La maestranda puede constatar la eficacia de la tarea ejecutada por la organización y sus numerosos voluntarios, tarea que, por desgracia, no es suficientemente conocida ni reconocida.

En lo que respecta a la renuncia a la subvención estatal, podría afirmarse que ha sido una decisión acertada, dado que redujo la dependencia de la Iglesia hacia el Estado, ayudando a evitar o matizar algunas de las críticas que, con más o menos razón, se han levantado por parte de quienes no están de acuerdo con este aporte. Al mismo tiempo, se estima que se enfrenta con una excelente oportunidad para que la Iglesia ponga el foco en el aspecto comunicacional que,

---

El término *laico* también puede caracterizar a una institución que no pertenece a ninguna confesión religiosa (un Estado laico, por ejemplo). Cfr.: <https://dle.rae.es/laico?m=form>

<sup>9</sup> I. Jiménez, comunicaciones personales, 15 de mayo de 2020 y 13 de julio de 2021. Ignacio Jiménez es miembro de la Comisión.

<sup>10</sup> P. M. Jurcinovic, comunicación personal, 12 de mayo de 2020. El Padre Máximo Jurcinovic es vocero de la Conferencia Episcopal Argentina y miembro de la Comisión.

<sup>11</sup> Estatuto de Cáritas Argentina, art. 1.



en la opinión de no pocas personas,<sup>12</sup> hace tiempo que está desatendido y requiere un cambio profundo y una seria mejora.

Siendo un proyecto todavía nuevo y de carácter eminentemente comunicacional, pero con una orientación al marketing, se considera adecuado para el contexto académico.

### **Objetivos del presente trabajo**

El presente trabajo no pretende responder a la totalidad y complejidad de las aristas que presenta el tema comunicacional de la Iglesia católica ni formular un plan estratégico de comunicación. Un abordaje completo escapa del alcance y las pretensiones de esta obra. Más bien, se espera ofrecer un conjunto de reflexiones capaces de dar una mirada fresca para quienes trabajan en la Comisión, para que sus frutos sean más abundantes y duraderos.

Tiene como objetivo analizar la situación de la Iglesia católica de cara a la sociedad y de la comunicación que aquella lleva adelante. Dado que recientemente la Conferencia Episcopal Argentina lanzó un proyecto de comunicación para dar a conocer las obras de la Iglesia y recaudar fondos para sostenerlas, se harán propuestas para enriquecer la estrategia comunicacional de dicho proyecto.

El trabajo de investigación recorrerá como objetivos especiales ofrecer una descripción de las relaciones económicas entre la Iglesia católica y el Estado argentino con foco en tres momentos centrales: la segunda década del siglo XIX en la cual se llevaron a cabo reformas económicas relevantes; el período en que se sancionan las leyes de sostenimiento del culto católico; y el año 2018, cuando la Conferencia Episcopal Argentina decide renunciar a los subsidios. Adicionalmente, se pretende evaluar la capacidad comunicativa de la Iglesia católica argentina. Es claro que estos dos últimos objetivos están al servicio del primero e intentan arrojar algo de luz sobre el contexto externo (segundo objetivo) y el interno (tercer objetivo), los cuales, se estima, constituyen factores,

---

<sup>12</sup> Se han mantenido conversaciones al respecto con varios miembros de la Iglesia, entre los que se cuentan sacerdotes, seminaristas, comunicadores sociales, etc.

si no determinantes, al menos muy relevantes para que se optase por crear la Comisión y lanzar el proyecto de comunicación.

A lo largo de esta investigación se utilizan técnicas, tanto de análisis conceptual, como de análisis cuali-cuantitativo. Se usarán asimismo métodos historiográficos y hermenéuticos. Con las técnicas arriba mencionadas se examinarán textos de distinto tipo. En lo que corresponde a la bibliografía primaria, se van a utilizar libros, artículos periodísticos y publicaciones en páginas web especializadas. Por supuesto, no pueden faltar las publicaciones que se realicen en los perfiles de las redes sociales del proyecto que se está analizando. Se realizará, asimismo, un estudio de tipo cualitativo mediante entrevistas en profundidad a integrantes del proyecto y especialistas en la materia.

### **Estructura del trabajo**

El presente trabajo ofrece, en primer lugar, un breve recorrido histórico que describe las relaciones entre la Iglesia católica y el Estado argentino. Por la temática que se trata, se hace foco en tres momentos fundamentales, a saber, los años veinte del siglo XIX, en los cuales se llevaron a cabo las reformas económicas de la Iglesia; el momento en que se sancionaron las leyes de sostenimiento económico; y el 2018, año en que la Conferencia Episcopal renuncia a la subvención estatal.

En un segundo momento se ofrece un análisis PESTEL para resumir la situación que atravesaba la Argentina en el 2018 y, más adelante, se dirige la atención a la Iglesia católica propiamente dicha, mediante la presentación de los resultados de una encuesta. El objetivo de la misma es detectar qué opiniones tiene la sociedad argentina sobre la Iglesia católica, especialmente en los primeros meses de gestación del proyecto. Con ello se procura identificar qué conocimiento tiene la sociedad sobre las obras que lleva adelante la Iglesia católica y cómo las financia y ofrecer unas primeras propuestas de temas que pueden ser relevantes para comunicar. Para cerrar la descripción del contexto, se ofrece un diagnóstico de las oportunidades y los desafíos que enfrenta el proyecto de cara a la sociedad.

En un tercer momento se profundiza el análisis del contexto mediante la presentación ordenada de una serie de entrevistas en profundidad a profesionales de la comunicación que conocen la Iglesia católica.

Aclarado este panorama, se presenta, a modo de antecedente, un caso de éxito, a saber, el proyecto Xtantos desarrollado en España, el cual tiene un objetivo similar –dar a conocer la labor de la Iglesia católica en el país ibérico y conseguir donaciones para sostenerla– y que ha servido de inspiración para el proyecto que ahora se presenta.

Por último, se ofrecen algunos puntos para complementar el proyecto de comunicación que luego se complementan con propuestas generales.

## **El Estado y la Iglesia. Una perspectiva económica**

### **La Reforma Eclesiástica**

Según se ha comentado precedentemente, el debate sobre la pertinencia de los aportes estatales a la Iglesia católica viene, cuando menos, de larga data y encuentra en la Reforma eclesiástica un hecho que todavía hoy genera desencuentros.

Ahora bien, ¿cuál es el alcance de la expresión Reforma eclesiástica? Se trata de una serie de medidas adoptadas en el contexto de una reforma más amplia en los campos político, económico, social, militar y, por supuesto, religioso. Tales medidas fueron implementadas por Bernardino Rivadavia, Ministro del entonces Gobernador, Martín Rodríguez, durante los años veinte del siglo XIX.

Antes que nada, es preciso destacar que en aquella época la Iglesia católica en las Provincias del Río de la Plata padecía una fuerte crisis. Por un lado, las guerras de la independencia habían colaborado con el colapso de las

instituciones eclesiásticas, dado que muchas parroquias y conventos vieron sus bienes confiscados para financiar a los ejércitos y el clero perdió su disciplina o vio reducida la cantidad de integrantes, ya que muchos se sumaron al conflicto bélico, mientras que otros fueron depuestos o confinados. La caída del Directorio también debilitó a la Iglesia, puesto que ya no hubo un gobierno central capaz de entablar relaciones con la Santa Sede. Por si esto fuera poco, en aquella época había únicamente tres diócesis (Buenos Aires, Córdoba y Salta) de las cuales dependían todos los demás territorios. Esto implicaba que decisiones tales como los nombramientos de obispos y las políticas de financiamiento dependían de aquellas. Empero, los gobiernos provinciales se rehusaban a aceptar esta dependencia, particularmente, cuando se trataba de Buenos Aires (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 214-215).

En lo que corresponde a la provincia de Buenos Aires, donde habría de llevarse a cabo la Reforma, las circunstancias de turno, tales como el desplazamiento del foco de las guerras de la Independencia al Alto Perú y el cese de tensiones con Uruguay, le daban la posibilidad de afrontar cambios importantes y necesarios para su modernización.

Entre las áreas a modernizar, se encontraba, claro está, la Iglesia católica, con la cual el Gobierno mantenía una relación sumamente delicada. A los ojos de muchos miembros de la sociedad porteña, ésta era un resabio del orden colonial y había un consenso más o menos general entre el público de que debía adaptarse a los tiempos que corrían. Empero, los cambios que se planeaban no eran simplemente de índole religioso, sino que poseían una fuerte significación política. Vale la pena aclarar, sin embargo, que las medidas que habrían de ser adoptadas por la Reforma serían definidas en diálogo con miembros de la jerarquía católica, con quienes la Junta de Representantes mantuvo un diálogo fluido. También hubo, claro está, personas que se resistieron a las medidas, pero fueron desplazadas (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 216-217).

En el marco de la Reforma eclesiástica había dos puntos particularmente relevantes: por un lado, garantizar la libertad de cultos; por el otro, asegurar la igualdad de las personas ante la ley. En lo que respecta al primero, cabe

mencionar que, gracias a la actividad portuaria, Buenos Aires estaba en contacto más estrecho que el Interior del país con las ideas europeas que promovían la libertad de cultos y la limitación de la esfera religiosa al ámbito personal. A esto se sumaba que prácticamente la única potencia extranjera dispuesta a aceptar la independencia de las provincias del Río de la Plata era Inglaterra, con la cual se habían entablado importantes relaciones comerciales. En este contexto, era fundamental mantenerse en buenos términos con el gobierno transatlántico y una de las condiciones básicas para ello era garantizar la libertad de culto para los anglicanos residentes en Buenos Aires (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 215-216).

El segundo punto que destaca por su relevancia consistía en asegurar la igualdad de las personas ante la ley. Esto suponía dos líneas de acción, por un lado, como ya se indicó más arriba, garantizar la libertad de cultos. Por el otro, requería –y, de hecho, así se hizo– la eliminación del fuero eclesiástico, de acuerdo con el cual todas las causas civiles y penales de los ministros religiosos podían ser únicamente juzgadas por tribunales religiosos, cosa que ubicaba a los religiosos en un segmento aparte del resto de la sociedad (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 217-218).

La Reforma eclesiástica, además, introdujo otros cambios, tales como la incorporación de una edad mínima de veinticinco años para tomar votos religiosos (en aquella época era común que los religiosos, especialmente las mujeres, los tomaran mucho más temprano). Se limitó, también, el número de ocupantes de las casas religiosas a un cupo de entre dieciséis y treinta personas y se procuró favorecer al clero secular con relación al clero regular, dado que éste último respondía a autoridades externas a Buenos Aires (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 217-218).

Finalmente, en el plano económico se eliminó el diezmo, esto es, el impuesto del diez por ciento que obligatoriamente iba destinado al sostenimiento de la Iglesia católica. Aunque cabe aclarar que en la práctica esto no supuso un cambio relevante, puesto que la crisis arriba descrita había derivado en la imposibilidad de cobrar los diezmos. En efecto, vastas áreas del territorio se

habían segregado de sus diócesis y las que todavía permanecían en contacto, habían sido vaciadas, como ya se indicó, para financiar la guerra. Esto implica que, para cuando el diezmo fue abolido, no se estaba logrando recaudar prácticamente nada. Además, y siempre en el marco de la Reforma eclesiástica, se llevaron a cabo varias confiscaciones entre las cuales se cuenta: el convento de la Recoleta (donde su ubica hoy el cementerio); diversos bienes del Santuario de Luján; el hospital betlemítico de Santa Catalina; varias casas religiosas que no cumplían con las condiciones de cupos (entre dieciséis y treinta personas); etc. Al mismo tiempo, y a modo de compensación, la Provincia de Buenos Aires asumió el sostenimiento económico del culto católico dentro de sus partidas presupuestarias y se comprometió a sostener la formación del clero, para lo cual instituyó el Colegio Nacional de Estudios Eclesiásticos, el cual, sin embargo, no tardaría en desaparecer (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 214-219)

Al respecto, es interesante destacar los comentarios de Fretes (19 de abril de 2018):

Alguien insospechado de clericalismo como Bernardo de Irigoyen, en la sesión del 11 de agosto de 1871, de la Convención Constituyente de Buenos Aires, decía: 'La verdad del caso, Señor Presidente, es que la Iglesia se sostenía con los bienes que poseía, donados por los fieles. Vino el año 22 en que el gobierno concibió la idea patriótica de una reforma general (...) [N]o fue la Iglesia Católica la que trató de ser sostenida por el Estado sino que fue el Estado el [que] dijo: Tomo a mi cargo el sostén del Culto Católico en este país'... (párrafo 7)

Cabe destacar dos puntos del párrafo anterior. En primer lugar, según reconoce el propio Bernardo de Irigoyen, la Iglesia era capaz de sustentarse económicamente hasta los años veinte en los cuales, a través de la Reforma, se le habría quitado esa posibilidad. Por supuesto, habría que analizar qué porcentaje de ingresos suponía el diezmo para la Iglesia en aquella época: de esta pregunta depende, en cierta medida, el hecho de si ésta podía o no sostenerse económicamente en la época de crisis descrita. En segundo lugar, sigue el Procurador del Tesoro de la Nación, fue el Estado quien quiso asumir el

sostenimiento económico de la Iglesia. Fretes (19 de abril de 2018) comparte la opinión del autor que está citando.

Finalmente, es preciso señalar que la Reforma eclesial se aplicó únicamente en Buenos Aires. Hubo en Cuyo un intento de imitarla, el cual no tuvo éxito. El resto del país, por su parte, se mostró fuertemente contrario a las medidas y, de hecho, el federalismo quedó para muchas personas asociado a la defensa de la fe católica (Cfr.: Di Stefano y Zanatta, 2009, pp. 225-226).

### **Las leyes de sostenimiento económico a la Iglesia católica**

Es preciso, a continuación, saltar varias décadas, hasta el momento de la sanción de las leyes 21.950/1979, 22.162/1980 y 22.950/1983, las cuales establecen el aporte económico estatal para la Iglesia católica.

La primera de las leyes, sancionada el 7 de marzo de 1979,<sup>13</sup> otorga a los obispos una remuneración equivalente al 80% del salario de un Juez Nacional de Primera Instancia, mientras se mantengan en funciones. Por su parte, a los obispos auxiliares y el Secretario General del Episcopado se les asigna un ingreso equivalente al 70% del salario de un Juez Nacional de Primera Instancia. El dinero debe tomarse de las Rentas Generales.

La segunda ley, nro. 22.162, sancionada el 13 de febrero de 1980,<sup>14</sup> establece el otorgamiento de subsidios a párrocos o vicarios asignados a iglesias ubicadas en zonas de frontera. Para determinar qué locaciones serán destinatarias de los subsidios, se utiliza la definición de zona de frontera tal cual había sido establecida en la ley 18.575 sancionada el 30 de enero de 1970<sup>15</sup> con el fin de ofrecer estímulos, tales como acceso a la vivienda, promoción de la educación y regímenes impositivos especiales para fomentar la radicación de la población en dichos territorios.

---

<sup>13</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/196543/norma.htm>

<sup>14</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/196334/norma.htm>

<sup>15</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/37912/norma.htm>



La ley 22.950 sancionada el 14 de octubre de 1983<sup>16</sup> establece que los obispos perciban un aporte mensual para los ciudadanos argentinos que se estén formando en el Seminario Mayor secular. El monto equivale al de la Categoría 10 del Escalafón del Personal Civil de la Administración Pública Nacional. El mismo beneficio recibirán los Superiores Provinciales de cinco congregaciones (Mercedarios, Dominicos, Franciscanos, Jesuitas y Salesianos).

Cuando se reformó la Constitución Nacional en 1994, no se hicieron cambios en el Art. 2 que establece que el Gobierno sostiene el culto católico.<sup>17</sup> Finalmente, estas leyes fueron ratificadas con la publicación del Digesto Jurídico en 2014.<sup>18</sup>

### **Situación en 2018**

En 2018 gobierna en la Argentina el frente político Cambiemos, aunque sin mayoría en las cámaras. El presupuesto de ese año<sup>19</sup> asigna, de un total de \$2.783.156 millones (unos u\$s161.530 millones), aproximadamente el 0,31%, esto es, \$8.503 millones (unos u\$s 493 millones) al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto.<sup>20</sup>

El Gobierno tiene un gran interés por afianzar las relaciones de Argentina con otros países, especialmente los más desarrollados. En este contexto destaca el hecho de que este país sea el anfitrión de la Cumbre del G20, la cual se llevará a cabo a fin de noviembre (Cfr.: Alaniz, 25 de noviembre de 2018). Mientras tanto, el escenario político lleva varios meses conmocionado por la investigación del caso de los cuadernos (La Nación, 1 de agosto de 2018) que involucra a numerosos políticos del gobierno anterior y empresarios en un entramado de asociaciones ilícitas.

---

<sup>16</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=196519>

<sup>17</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

<sup>18</sup> <http://www.saij.gob.ar/digesto-juridico-argentino>

<sup>19</sup> <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/176942/20180102?busqueda=1>

<sup>20</sup> Utilizado para la conversión el dólar BNA vendedor el 31-12-17. \$/u\$s: 17,23. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

Hacia fin de año la relación con la Iglesia tampoco está en su mejor momento: se ha realizado una movilización sindical en Luján, con una Misa celebrada por el obispo local, Mons. Agustín Radrizzani. El acontecimiento desconcierta a muchos, dado que lo interpretan como una señal de apoyo a un hombre, Hugo Moyano, que a esa altura está procesado por la Justicia (La Nación, 24 de octubre de 2018), al mismo tiempo que, durante el evento, no se han ahorrado críticas al Gobierno de turno (El Cronista, 20 de octubre de 2018; Clarín, 20 de octubre de 2018). A raíz de este acontecimiento, se han intensificado las conversaciones entre el Episcopado y varios miembros del Gobierno a fin de aflojar las tensiones (De Vedia, 24 de octubre de 2018).

### **La renuncia a la subvención estatal**

En medio de un contexto político y social enrarecido, se reúnen los obispos argentinos en el partido de Pilar para la asamblea plenaria del Episcopado (De Vedia, 10 de noviembre de 2018). Desde allí anuncian, por un lado, la decisión de renunciar a los tres tipos de subvenciones estatales que se han descrito precedentemente y, por el otro, el acuerdo para la creación de un organismo para recaudar fondos y suplir los aportes del Estado. Este acontecimiento es de gran relevancia a nivel político y será recogido y divulgado por varios medios de comunicación (Consejo de Redacción, 2019; Serafini, 10 de noviembre de 2018; Zorrilla, 5 de marzo de 2020).

Ahora bien, ¿a cuántas personas afectaría directamente este curso de acción? Según informó el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto,<sup>21</sup> en el año 2018 recibieron sostenimiento económico 572 sacerdotes ubicados en zonas de frontera, 926 seminaristas y 129 obispos. Esto quiere decir que, renunciando a los aportes estatales, las personas directamente involucradas apenas llegan a sumar 1.627. De todas maneras, es preciso recordar que las asignaciones a los obispos suelen destinarse al sostenimiento de sus diócesis, por lo que el número de afectados puede ser considerablemente mayor.

---

<sup>21</sup> <https://www.economia.gob.ar/hacienda/cgn/cuenta/2018/tomoi/jur35.html>

## **El contexto**

### **Análisis PESTEL**

A fin de caracterizar brevemente el contexto que vivía la Argentina, a fines del año 2018, se complementa el abordaje del punto anterior con un análisis PESTEL, con la salvedad de que se omiten, por un lado, el contexto político, dado que se resumió precedentemente y, por el otro, el aspecto ambiental, puesto que no se considera relevante para el tema en análisis.

### **Económico**

La economía experimenta una fuerte corrida contra el peso lo que origina, por un lado, una severa caída de reservas y, por el otro, un aumento de la tasa de interés y contracción monetaria. La recesión es acompañada de devaluación conjuntamente con una inflación que llegará al 48% a fin de año (Cfr.: González, 15 de enero de 2019).

Según la Encuesta de la Deuda Social Argentina de la UCA (2020) en 2018 el 33,6% de la población es pobre en términos de ingresos y el 66,9% de los argentinos padece al menos una carencia en alguno de los siguientes campos: alimentación y salud; vivienda digna; accesos educativos; acceso a servicios básicos; acceso a un ambiente saludable; y empleo y seguridad social.

En lo que respecta al ámbito laboral, Donato (21 de marzo de 2019) señala que a fin de año el desempleo llega al 9% y ya esto significa la tasa de desempleo más alta registrada desde 2005. La UCA, por su parte, declara que el desempleo alcanza al 10,2% de la población, mientras que el 46,9% de los argentinos cuenta con un empleo precario o inestable (Encuesta de la Deuda Social Argentina, 2020). Donato (21 de marzo de 2019) comparte estas observaciones al destacar que hay una seria disminución del empleo formal y un aumento de la subocupación.

Según el Informe del Estado del Ambiente (2018, p. 28) en el último trimestre del año el PBI per cápita se reduce un 6%. Finalmente, la UCA alerta

que, entre los niños, el 29,3% está en riesgo debido a la inseguridad alimentaria (Encuesta de la Deuda Social Argentina, 2020).

## **Tecnológico**

Hacia fines de 2017 el 74,3% de los argentinos ya cuenta con conexión a Internet, según datos del Banco Mundial (2020). Según el INDEC, a fin de 2018 se llega al 81,2%.

Los argentinos se ubican entre los usuarios que más tiempo pasan conectados a las redes sociales, sólo superados en la región por Brasil y Colombia. Según los sitios Periodismo.com (18 de febrero de 2019)<sup>22</sup> y BBC News (Duarte, 9 de septiembre de 2019),<sup>23</sup> los argentinos destinan, en promedio, 8 horas y 19 minutos a navegar por internet, de los cuales 3 horas y 18 minutos se destinan a las redes sociales. En un contexto en el cual se procura proponer un proyecto de comunicación y *fundraising*, el hecho de que se les dedique tanto tiempo es sumamente relevante, dado que pueden ser tanto espacios de comunicación, cuanto de conversiones o recaudación.

## **Social**

El ámbito social está tenso; inestable, por una parte, debido al aumento de la desocupación y la pobreza y, por otro lado, debido a la polarización de la sociedad en diversos ejes. En relación con la Iglesia católica, en los últimos meses ha crecido el movimiento representado por pañuelos naranjas que pide la separación entre Iglesia y Estado (Giacometti, 5 de septiembre de 2018; Larrea, 8 de agosto de 2018). Sus adherentes reclaman que el Estado sea laico y esto implica varias cosas. En primer lugar, eliminar los aportes económicos estatales a la Iglesia Católica; segundo, cortar con la influencia de la Iglesia en la política; y, tercero, acabar con la educación confesional. A esto se suman las llamadas apostasías colectivas a través de las cuales diferentes personas solicitan que su bautismo (rito que inicia a una persona en la religión cristiana) sea eliminado de los registros parroquiales (Acosta Rainis, 18 de agosto de 2018; La Nación, 5 de noviembre de 2018). La Coalición Argentina por un Estado

---

<sup>22</sup> <https://www.periodismo.com/2019/02/18/los-argentinos-pasamos-8-horas-al-dia-conectados-segun-un-nuevo-informe/>

<sup>23</sup> <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49634612>

Laico (CAEL) que organiza tales apostasías ha crecido considerablemente a raíz del debate en torno a la legalización del aborto que se lleva a cabo en el Congreso de la Nación.

## **Legal**

El 2018 encuentra divididos a los ciudadanos frente al debate por la legalización del aborto que se lleva a cabo en el Congreso de la Nación. Esto es relevante, porque numerosas fuentes asocian a la Iglesia católica con la dirección de los movimientos que rechazan el proyecto de ley (Cfr.: Cosoy, 22 de enero de 2019; Rivas Molina, 9 de agosto de 2018) y, todavía más, señalan que su rechazo en el Senado es consecuencia de la influencia de aquella. La posición de la Iglesia se suele interpretar en clave de machismo y oposición al progreso de la sociedad (Giménez Béliveau, 6 de agosto de 2018; Schamis, 11 de agosto de 2018).

En este sentido, entre el público favorable a la sanción de la ley, se encuentran muchas personas que, como se ha visto, piden la separación de la Iglesia y del Estado. Luego se sumarán los pañuelos negros que representan la campaña por un Estado laico (Giacometti, 5 de septiembre de 2018).

De hecho, ya en septiembre de 2018 se presentan en la Cámara de Diputados nueve proyectos con este propósito (Cfr.: Diputados, 6 de septiembre de 2018; Giacometti, 5 de septiembre de 2018). Vale la pena aclarar que los planos eclesial y estatal son independientes ya desde 1966, como lo indica Sergio Rubín (12 de agosto de 2018). En ese año el Estado argentino firmó un concordato con el Vaticano, según el cual aquel no puede designar obispos y se establece una relación de “autonomía y cooperación” (Rubín, 12 de agosto de 2018).

En estos meses se presenta también un proyecto de ley en la Cámara de Diputados de la Nación para prohibir la enseñanza religiosa en las escuelas públicas tanto de gestión estatal como privada de todo el país (5200-D-2018).

Aclarado a grandes rasgos el panorama nacional, es hora de sintetizar qué opiniones tiene la sociedad argentina sobre la Iglesia católica.

### **Opiniones de la sociedad sobre la Iglesia católica**

Al comenzar su labor, la Comisión se pregunta acerca de quiénes pueden ser posibles donantes y decide no orientarse a los feligreses habituales que ya donan con regularidad, sino a todo un universo de personas más amplio: aquellos que tuvieron algún contacto con la Iglesia y quienes, sin compartir sus ideas, valoran su labor social.<sup>24</sup> En este contexto, se solicita a la consultora Voices! Una investigación de alcance nacional que se lleva a cabo entre septiembre y octubre de 2019 y cuyos resultados serán publicados en marzo de 2020. A través de esta encuesta se procura detectar cuáles son las percepciones, sensaciones y opiniones del público acerca de la Iglesia. El trabajo de campo se ejecuta a través de las redes sociales y también mediante *focus groups* realizados en CABA, Gran Buenos Aires, Córdoba, Corrientes, Neuquén, Salta y Mendoza. El total de encuestados alcanza el número de 2.790 personas (Voices! 2020).<sup>25</sup>

Entre los datos más interesantes que revela el estudio, cabe mencionar que 7 de cada 10 argentinos se declaran católicos; 1 de cada 10, evangélicos; y 2 de cada 10 declaran no pertenecer a ninguna religión. Sin embargo, entre los católicos, apenas 3 de cada 10 –el 20% del total– asiste con regularidad (semanal o mensualmente) a un servicio religioso. Todavía más, apenas el 37% de los católicos está familiarizado con el trabajo que realiza la Iglesia (Voices!, 2020, pp. 10-13).

#### *La Iglesia católica, sus obras y su financiamiento*

El estudio evalúa la imagen que tiene en general la población acerca de la Iglesia católica (Voices!, 2020, pp. 14-16). En primer lugar, la encuesta revela que hay una fuerte dicotomía entre la imagen que el público tiene de la Iglesia, dado que distingue dos niveles. Por un lado, una iglesia local, que forma parte

---

<sup>24</sup> I. Jiménez, comunicación personal, 15 de mayo de 2020.

<sup>25</sup> A continuación se resumen los resultados de la encuesta. La misma se encuentra adjunta a este trabajo en el [Anexo I](#).

del barrio y de su vida cotidiana. Aquí se siente contenido y capaz de establecer vínculos afectivos con sus pares. Se trata de un espacio que ofrece contención emocional y espiritual y permite el encuentro con Dios. Por el otro lado, identifica un nivel más distante, conformado por la jerarquía de la Iglesia, con normas establecidas y valores definidos. El vínculo con esta Iglesia vista como una institución es de respeto, cuando no de cierto rechazo.

Ahora bien, considerando que ambas esferas son parte de una única entidad, *Voices!* indaga acerca de la opinión general que el público tiene acerca de la Iglesia. Como resultado de ello se obtiene que un 48% manifiesta una imagen positiva. Entre quienes se reconocen como católicos, este número asciende al 61%. Cabe destacar que al hacer foco en Cáritas y en los centros educativos, la imagen positiva que tienen los argentinos aumenta considerablemente. Por un lado, Cáritas cuenta con un 74% de imagen positiva, mientras que, en el caso de las universidades y los colegios católicos, la aceptación ronda el 63%. Una vez más, destacan los encuestadores, Cáritas es valorada principalmente por su labor asistencial en beneficio de los más necesitados (*Voices!*, 2020, pp. 14-18).

Por otra parte, se espera –según lo señala la encuesta– que la Iglesia sea más abierta y tolerante, más comunicativa y proactiva y más coherente con su mensaje (*Voices!*, 2020, p. 17).

A continuación, *Voices!* (2020, p. 19) resume las cuatro funciones principales que, según los católicos, debe llevar adelante la Iglesia. Primero, predicar y anunciar su mensaje; segundo, educar y guiar a las personas; tercero, ofrecer contención espiritual y emocional y; finalmente, dar ayuda material. Es importante aclarar que hay un consenso general en cuanto a estas cuatro funciones y en cuanto al hecho de que los métodos de ejecución de las mismas requieren cambios. En efecto, en relación con el primer punto, se espera que la Iglesia salga más de su comodidad para captar más fieles; segundo, se exige de ella adaptarse a los tiempos que corren; tercero, ser más abierta e inclusiva y; en relación con el cuarto punto, comunicar mejor sus acciones y crecer en transparencia.



Aquello que se pide mejorar con respecto a la ejecución de sus funciones está en estrecha relación con los principales desafíos que enfrenta la Iglesia católica en Argentina (Voices!, 2020, p. 22). Tales desafíos se detectan en toda la población encuestada y pueden resumirse en los siguientes puntos. Se desea que la Iglesia se actualice y se adapte a los cambios sociales; que mejore su imagen; que se acerque más a los fieles; y que ofrezca mayor contención a las personas más vulnerables.

En cuanto al aspecto estrictamente económico, un escaso 32% de los católicos (y un 28% del total) considera que la Iglesia necesita dinero y el 44% cree que es el Estado quien la financia. Todavía más, apenas el 27% de los argentinos cree que son los fieles quienes sostienen económicamente a la Iglesia y para un 12% quien lo hace es el Vaticano. Ahora bien, según los argentinos, ¿cómo *debería* financiarse la Iglesia? Para el 59% de los encuestados, por aportes del Vaticano; para el 42%, con donaciones de los fieles; y para el 17%, con fondos del Estado (Voices!, 2020, pp. 24-26). En relación con esto, llama la atención que para el 46% de los argentinos los principales beneficiados por las obras de la Iglesia son los religiosos (Voices!, 2020, p. 20).

Pero todavía hay más: si se hace foco en las donaciones –tema cuyo análisis, como ya se ha dicho, es el objetivo de la presente encuesta– cabe considerar dos puntos importantes. Por un lado, los motivos por los cuales una persona podría querer o no donar dinero a la Iglesia católica y, por el otro, la cantidad de personas que estarían dispuestas a donar y la periodicidad con que lo harían. Entre los motivos por los cuales las personas donan hoy en día se cuenta, en primer lugar, la labor social que para el 75% de los católicos es *muy importante*. Para casi el 50% de los católicos es *muy importante* donar para mantener las iglesias (infraestructura) y asegurar la presencia de la Iglesia católica en el país. Entre los encuestados católicos, finalmente, casi el 36% dijo que dona regularmente (Voices!, 2020, p. 29-30). ¿Y cuáles serían los motivos que podrían impulsar a los argentinos a donarle a la Iglesia? La ayuda a los más necesitados y el sostenimiento de las iglesias siguen siendo las causas más

relevantes con un 43% y 28% de menciones, respectivamente. Por desgracia, hay varios factores que podrían desmotivar a los potenciales donantes; siendo la desconfianza el motivo principal para el 25% de los encuestados (Voices!, 2020, pp. 32-33).

Finalmente, es preciso mencionar la cantidad de personas que podrían llegar a donar y la periodicidad con que lo harían. Según la encuesta, el 38% de los católicos, poco más de ocho millones de personas, estaría dispuesto a donar para el sostenimiento de la Iglesia. De este grupo, el 35% estaría dispuesto a donar mensualmente y el 20% cada dos meses (Voices!, 2020, p. 31-34).

A continuación, se pregunta por las condiciones bajo las cuales las personas estarían dispuestas a donar. Estas podrían ser resumidas bajo el concepto de confianza. En efecto, se menciona la transparencia en el manejo de los fondos, el hecho de que las obras sean constatables, la mejora en la confianza y la comunicación (Voices!, 2020, p. 36).

Finalmente, el estudio resume sus conclusiones en una matriz FODA (Voices!, 2020, p. 38-44). En esta destaca como fortalezas, el reconocimiento de que la Iglesia trabaja en temas sociales; como debilidades, el escaso conocimiento de las obras y el financiamiento, así como la mala imagen de la institución en algunos sectores; como amenazas, la poca confianza en las instituciones y la pobre cultura de donación que tiene la población en general; y como oportunidades, la buena imagen de Cáritas y los centros educativos y la irrupción de las redes como un espacio para comunicar y generar comunidad.

En resumen, la encuesta pone en evidencia, entre otras cosas, el hecho de que la Iglesia posee carencias en el plano de la comunicación y que, por lo tanto, hay un enorme desafío comunicacional por delante. Sólo en la medida en que se mejore la comunicación acerca de lo que la Iglesia hace y cómo lo financia, se podrá esperar que más personas se decidan a colaborar económicamente con ella. En este sentido, el P. Máximo Jurcinovic enfatiza que es preciso cambiar la imagen de la Iglesia y comunicar no tanto desde el dogma,

sino desde las historias de las personas cuyas vidas son beneficiadas por la labor de la Iglesia en el ámbito pastoral y social.<sup>26</sup>

### *Labor de Cáritas*

Si se considera únicamente el ámbito social -y no el estrictamente religioso- la Iglesia católica tiene algunos aspectos para comunicar.

Cáritas Argentina,<sup>27</sup> por ejemplo, es una de las ONGs más grandes del país y cuenta con proyectos de variada índole, entre los que se cuentan:

- emprendimientos de economía social y solidaria
- capacitaciones y respuestas ante emergencias climáticas y/o socioeconómicas
- becas escolares, terciarias y universitarias
- programas de apoyo escolar con meriendas
- proyectos de autoconstrucción de viviendas
- hogares de acogida y tratamiento para personas con adicciones

Se agrega a ello el hecho de que Cáritas es la ONG con mayor territorialidad del país y cuenta con sedes y voluntarios desde Jujuy hasta Tierra del Fuego. Según datos internos de la organización, posee más de 30 mil voluntarios y entre 2019 y principios de 2020 (esto es, antes de la pandemia) realizó tareas de asistencia a más de 140 mil personas.

A raíz de la pandemia de Covid-19 y debido al hecho de que incontables personas se quedaron sin la posibilidad de trabajar, Cáritas implementó proyectos de ayuda alimentaria para aliviar la situación de los más necesitados. Para fin de 2020, la institución había logrado distribuir 762.709 bolsones con alimentos y 99.575 kits con productos de higiene y limpieza, además de 1.053.914 raciones de alimentos en formato de viandas y platos en comedores. En total, logró asistir a 3.282.736 personas a lo largo y ancho del país.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> P. M. Jurcinovic, comunicación personal, 12 de mayo de 2020.

<sup>27</sup> Cfr.: <https://caritas.org.ar/>

<sup>28</sup> Datos internos de Cáritas Argentina. Cfr.: <https://rendicion2020.caritas.org.ar/#pacd>

Cabe destacar, que la mayoría de estas labores, se llevan a cabo con voluntarios y en la mayoría de los casos, especialmente fuera de la Capital y del conurbano bonaerense, con pocos recursos, con poca o nula tecnología e, incluso, en algunos lugares, sin siquiera electricidad.

A partir de lo dicho, es posible identificar las principales oportunidades y los desafíos más significativos con relación a la labor comunicacional de la Iglesia, objeto de este trabajo.

## **Principales oportunidades y desafíos**

### *Oportunidades*

En primer lugar, es preciso destacar que hay un porcentaje elevado de argentinos (69% como se indicó) que comulga con las ideas y los valores de la Iglesia.

En segundo lugar, se trata de una organización con un fuerte compromiso social que lleva a cabo diversas acciones al servicio de la comunidad. Todavía más, estas acciones coinciden o responden en gran medida a las principales preocupaciones de la sociedad (Cfr.: *Voices!*, 2020, p. 38). Por otro lado, aquellas constituyen por sí mismas un tópico relevante a la hora de considerar los contenidos, en otras palabras, hay abundante material comunicacional.

Además, el hecho de que se haya constituido la Comisión ya es un indicador de que hay una conciencia de la importancia de una buena comunicación de la Iglesia hacia la sociedad que tenga en cuenta no sólo el contenido, sino el público y los canales. Cáritas Argentina, por su parte, también se encuentra actualmente realizando serios esfuerzos para mejorar en este aspecto.

En cuarto lugar, se ha visto que la pandemia ha impuesto a la sociedad la necesidad de migrar masivamente al entorno digital. Si antes de la cuarentena el trabajo era mayormente en la oficina, hoy se lleva a cabo en forma remota. Lo mismo vale para el ámbito educativo y toda clase de actividades que debieron

incorporarse al mundo digital. Se podría decir que la pandemia de Covid-19 y la cuarentena han sido un gran catalizador de procesos de digitalización. En el caso de la Iglesia católica, esto implica que ya no alcanza con abrir la puerta de la iglesia o de una sede de Cáritas y esperar a que se acerque la gente, sino que deben *salir* a buscar a las personas en las redes.

### *Desafíos*

En primer lugar, la profunda crisis económica que atraviesa a la Argentina deja cada vez más personas en la pobreza y necesitadas de ayuda, a la vez que se hace más difícil, en contrapartida, conseguir donaciones, dado que son siempre menos los que pueden aportar. Empero, vale la pena destacar que, en 2020 Cáritas Argentina, por ejemplo, tuvo recaudaciones récord a raíz de la pandemia por Covid-19. En efecto, en ese año destinó \$ 516.977.513 (unos U\$S 5.792.465) a diversos proyectos sociales.<sup>29</sup> El desafío será poder mantener el nivel de ayuda cuando esta ola de fondos se haya agotado.

Esto se relaciona con un tema sumamente relevante. El argentino promedio es una persona que responde generosamente ante una emergencia. En este contexto, un caso paradigmático fue la inundación de Santa Fe en 2003 frente a la cual en pocos días se habían reunido más de tres toneladas de alimentos y abrigo (Clarín, 24 de mayo de 2003; Cfr.: Wall, 20 de junio de 2003). Empero, el ciudadano no sabe mantener esa ayuda en el tiempo.<sup>30</sup> Todavía más, incluso en el caso de las emergencias, la ayuda brindada no siempre es útil: a menudo el ciudadano se entusiasma con el hecho de poder aliviar la situación de los necesitados y ofrece donaciones, en lugar de preguntar si eso que quiere entregar efectivamente sirve para ese momento.<sup>31</sup> El desafío, entonces, consiste en lograr un cambio en dos direcciones. Por un lado, que el público, frente a una determinada emergencia, pregunte antes de ofrecer una donación, para poder donar lo que realmente se necesita. Por el otro lado, y esto es lo más importante,

---

<sup>29</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 31 de diciembre de 2020. Cambio \$/u\$s 89,25. Cfr: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>30</sup> P. M. Jurcinovic, comunicación personal, 12 de mayo de 2020.

<sup>31</sup> S. Terek, comunicación personal, 27 de septiembre de 2021. Sofía Terek fue Coordinadora del Área de Ayuda Inmediata y Emergencias de Cáritas Argentina. Fue, además, Miembro del Comité Humanitario para las Emergencias y Verificadora de Estándares de Gestión de Caritas Internationalis entre 2017 y 2019. Cfr.: <https://www.caritas.org/>

que el público adopte el hábito de ayudar de forma constante; ciertamente, con menos recursos, pero extendido en el tiempo. Esto es fundamental, porque no se trata de responder únicamente a una emergencia puntual, sino a la situación de pobreza estructural que padece la Argentina. Esto exige, en efecto, personas dedicadas permanentemente con infraestructura, sueldos, etc. y, por tanto, ayuda constante.

En tercer lugar, se ha visto precedentemente que, para la mitad de los argentinos, los beneficiarios del trabajo de la Iglesia son los religiosos (Voices!, 2020, p. 20). Esta creencia puede ser un impedimento que desmotive a potenciales donantes. En efecto, ¿por qué donaría a la Iglesia alguien que no comparte esa fe si cree que los religiosos son los principales beneficiarios? Ahora bien, es preciso recordar que, según la encuesta de Voices! (2020, p. 10), el 67% de la población se considera católica y el 29%, católica practicante. Según los datos del Banco Mundial en 2019 la población de Argentina rondaba las 44.938.712 personas.<sup>32</sup> Luego, los católicos se contarían alrededor de 30.108.937 personas y los católicos practicantes, 13.032.226 personas. ¿Y los religiosos? Suárez y Olszanowski (2020, p. 6) indican que en 2019 los obispos, sacerdotes diocesanos, sacerdotes pertenecientes a comunidades religiosas, los monjes y las monjas en Argentina sumaban un total de 12.474 personas. Esto equivale al 0,04% de los católicos y 0,1% de los católicos practicantes.<sup>33</sup>

Si se cruza esta información, por ejemplo, con los datos de asistencia brindada por Cáritas antes de la pandemia (como se indicó más arriba, unas 140.000 personas), se puede ver que los beneficiarios superan en una relación de 11 a 1 a la cantidad de religiosos en el país. Se podría objetar que, más allá del número de personas, los recursos pueden ser destinados mayoritariamente a los religiosos, en lugar de a los laicos que numéricamente son muchos más. Sin embargo, por lo menos en lo que respecta a Cáritas, es un hecho que sus beneficiarios son laicos, incluso muchas veces, personas que adhieren a otras religiones o que no profesan ninguna. Ciertamente, una demostración sería de

---

<sup>32</sup> <https://datacommons.org/place/country/ARG?hl=es>

<sup>33</sup> Mariano de Vedia (2021, p. 27) indica que en 2021 los sacerdotes católicos en Argentina se cuentan en unos 5.300.

este punto requiere un desarrollo que excede el alcance de este trabajo. Por ahora, basta con afirmar que la hipótesis de que los principales beneficiarios de las obras de la Iglesia católica son los religiosos, es cuestionable. De todas maneras, es una creencia fuertemente instalada y se requiere una comunicación eficaz para que el público la deje de lado –o, al menos, la evalúe.

Otra dificultad no menor que se ha visto reflejada en la encuesta (Voices!, 2020, p. 24) es que para el 35% de los argentinos la Iglesia católica no necesita dinero. Dicha encuesta también destacaba, como principales motivos por los cuales los argentinos no donarían a la Iglesia católica, la desconfianza, la insuficiencia de dinero y la creencia de que el Vaticano ya tiene suficientes fondos (Voices!, 2020, p.33).

Por otra parte, considerando que el proyecto tiene una dimensión de recaudación de fondos, es preciso evaluar en qué situación se encuentra la Iglesia en relación con otras entidades susceptibles de recibir donaciones. Si bien las donaciones a la Iglesia católica pueden deducirse de impuestos y la marca Cáritas es reconocida y goza de aceptación por parte del público,<sup>34</sup> tanto Cáritas como la Iglesia en general, se enfrentan a un desafío, a saber, abarcan un amplísimo espectro de acciones y esto puede, en ocasiones, desorientar al público. Por ejemplo, si una persona quiere donar para construir casas, lo primero que probablemente piense es en Un Techo Para Mi País y si quiere colaborar con temas educativos, posiblemente elija Enseñá Por Argentina. Cáritas hace todo esto y más. ¿Con qué ONG puede compararse o medir su desempeño? Francamente, con ninguna.<sup>35</sup>

De todas maneras, vale la pena contrastar los ingresos que recibe Cáritas en relación con los que reciben otras ONGs. Para ello, se toman cuatro ONGs que trabajan en temas afines a los de Cáritas, a saber, Un Techo Para Mi País, Fundación Tzedaká, Enseñá por Argentina y Fundación Pilares.

---

<sup>34</sup> Hay que recordar que el 74% de los argentinos tiene una imagen positiva de Cáritas (Voices!, 2020, p. 18).

<sup>35</sup> I. Jiménez, comunicación personal, 12 de mayo de 2020.



En primer lugar, Un Techo Para Mi País<sup>36</sup> comenzó su labor en 2003 construyendo viviendas de emergencia para personas que viven en asentamientos informales y luego extendió sus actividades a la mejora de infraestructura y al fortalecimiento de los vínculos comunitarios en los asentamientos. Durante 2018, Un Techo Para Mi País recibió donaciones por \$113.326.732 (unos u\$s 2.935.926).<sup>37</sup> En segundo lugar, la Fundación Tzedaká<sup>38</sup> fue creada en 1991 y actualmente trabaja en la Capital Federal y el Conurbano. Ofrece servicios de educación, salud, asistencia alimentaria y capacitación para inserción laboral a personas de ambos sexos y todas las edades. En 2018 notificó ingresos por \$201.476.967 (aproximadamente u\$s 5.219.611).<sup>39</sup> En tercer lugar, Enseñá por Argentina<sup>40</sup> trabaja desde 2011 para mejorar la educación en nuestro país, convocando profesionales para ejercer la docencia en forma gratuita en comunidades vulnerables. En 2018, esta ONG recaudó \$38.928.297 (u\$s 890.808).<sup>41</sup> Por último, la Fundación Pilares<sup>42</sup> es una ONG joven que trabaja con los niños y las familias que viven en las villas de la Capital Federal, particularmente la 21-24 de Barracas y la 1-11-14 del Bajo Flores. Cuenta con espacios educativos, de alfabetización y nutrición. En 2018 recaudó \$17.389.442 (unos u\$s 450.504).<sup>43</sup>

En el transcurso del mismo año, Cáritas Argentina registró donaciones por \$ 284.895.668 (u\$s 7.380.717) y destinó \$ 6.699.281 (u\$s 173.557) a proyectos de vivienda, \$ 27.932.812 (u\$s 723.648) a educación y \$ 152.143.158 (u\$s 3.941.533) a espacios de recuperación de adicciones, entre otros proyectos de gran envergadura.<sup>44</sup> Como se puede ver, las demás ONGs pueden haber

---

<sup>36</sup> <https://www.techo.org>

<sup>37</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 28 de diciembre de 2018. Cambio \$/u\$s 38,6. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>38</sup> <https://tzedaka.org.ar/>

<sup>39</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 28 de diciembre de 2018. Cambio \$/u\$s 38,6. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>40</sup> <https://www.ensenaporargentina.org/>

<sup>41</sup> Enseñá por Argentina publicó un balance no el año calendario 2018, sino que comenzó el 1ro de julio de 2018 y terminó el 30 de junio de 2019. Por eso, en su caso, se utiliza como parámetro para el cambio el precio Dólar Vendedor del BNA con fecha 27 de junio de 2019. Cambio \$/u\$s 43,7. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>42</sup> <https://www.pilares.org.ar/>

<sup>43</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 28 de diciembre de 2018. Cambio \$/u\$s 38,6. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

<sup>44</sup> Utilizado para la conversión Dólar Vendedor BNA con fecha del 28 de diciembre de 2018. Cambio \$/u\$s 38,6. Cfr.: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)

invertido más en sus respectivos rubros (vivienda, educación, etc.) que Cáritas; sorprendentemente es ésta última la que registra los mayores ingresos y, de hecho, si se suman los ingresos de las tres ONGs menores (Pilares, Enseñá por Argentina y Un Techo Para Mi País), Cáritas logró recaudar un 68% más que ellas.

En resumen, es claro que hay varios factores que pueden hacer difícil la tarea de recaudar fondos para la Iglesia católica. La falta del hábito de donar puede considerarse uno de los más relevantes, dado que requiere un cambio profundo y debe llevarse a cabo en un contexto en el cual hay cada vez más personas necesitadas y menos son quienes están posibilitados de ayudar.

A continuación, se ofrecen los resultados y las reflexiones generadas a partir de una serie de entrevistas en profundidad realizadas específicamente por esta maestrando para este trabajo.

### **Entrevistas en profundidad**

A fin de tener una mirada más comprensiva y profunda sobre la Iglesia católica argentina y su situación en el tema comunicacional, se han realizado entrevistas en profundidad a catorce personas que están formadas y cuentan con trayectorias en el campo de la comunicación, a la vez que están en mayor o menor medida al tanto de las acciones y la vida de la Iglesia católica, de manera que pueden emitir juicios fundados sobre la misma y, en particular, sobre su situación en relación con la comunicación. El trabajo de campo fue realizado durante los meses de octubre y noviembre de 2021. Para el mismo se utilizó la encuesta que se adjunta en el [Anexo II](#).

Se estableció una muestra de tipo incidental, no probabilística, integrada por catorce personas que fueron seleccionadas por contar con conocimientos y experiencia comprobables tanto en el área de la comunicación, cuanto en la temática de la Iglesia.

Las entrevistas fueron realizadas cara a cara. Se llevaron adelante conversaciones individuales de entre 40 y 90 minutos, en alguno de los tres

formatos: diálogo presencial, llamada de teléfono o videollamada. Es conveniente aclarar que no todos los entrevistados respondieron a la totalidad de las preguntas, dado que, en estos casos, la temática de la conversación fue desarrollándose de una manera más espontánea, a partir de las reflexiones de los entrevistados.

Se utilizaron principalmente preguntas abiertas y los resultados de las mismas fueron tratados a partir de categorías.

### *Comentarios preliminares*

Antes de comenzar a sintetizar los temas relevados, es preciso hacer una aclaración. La misma se impone, dado que más de la mitad de los participantes mencionaron espontáneamente una serie de temas que se relacionan unos con otros y que, como se verá, resultan determinantes para comprender las expectativas y posibilidades del presente proyecto.

En primer lugar, la Iglesia católica se reconoce como depositaria de un mensaje que puede resumirse en que Jesucristo murió y resucitó para salvar al mundo del pecado. En este sentido, la identidad de la Iglesia está indisolublemente unida a la transmisión de esa buena noticia o Evangelio.<sup>45</sup>

De aquí se desprende un interrogante: si la Iglesia nació con la misión explícita de llevar un mensaje, después de 2000 años de práctica, ¿no debería ser especialista en comunicación? A esto se suma que ya en el Antiguo Testamento se relata una y otra vez cómo Dios procura acercarse a su pueblo para entablar un diálogo y una relación de amistad con él, mientras que el Nuevo Testamento denomina al Hijo de Dios con el término griego *Lógos*,<sup>46</sup> esto es, Palabra): nuevamente, diálogo, comunicación. En pocas palabras, la comunicación constituye la mismísima razón de ser del cristianismo, tanto en su origen, cuanto en su misión.

---

<sup>45</sup> El término *evangelio*, del griego *εὐαγγέλιον*, significa “buena nueva” o “mensaje feliz”. Cfr.: Pabón de Urbina ([1967] 2001).

<sup>46</sup> En el griego clásico el término *λόγος* cuenta con varios significados, los principales son “palabra”, “expresión”, “razón”. Cfr.: Pabón de Urbina ([1967] 2001).

Esto se alinea con un objetivo de este estudio de maestría, toda vez que para un comunicador católico tratar la comunicación de forma profesional, desarrollar un buen plan y establecer una estrategia consistente es sumamente relevante. Sin embargo, siempre tiene y ha de mantener la conciencia de que está llevando a cabo una misión (comunicar la fe) que le excede y a causa de ella hay parámetros humanos que se relativizan. En este sentido, algunas de las personas entrevistadas comentaron que, por ejemplo, hicieron notas, entrevistas y programas de radio en y para pueblos que apenas tenían 200 habitantes. Y en estos casos siempre se escogió dar el espacio mediático, claramente no por una motivación económica, sino vocacional.<sup>47</sup>

Se debe tener en cuenta este *mindset* cristiano –por supuesto, no hace falta adherir a él– si se quiere entender qué es lo que motiva a la Iglesia a comunicar, por qué se priorizan ciertas líneas de acción y qué resultados pueden esperarse. De nuevo, es importante profesionalizar la comunicación, pero para un católico, a fin de cuentas, importan más las conversiones religiosas que las monetarias, esto es, la adhesión a la fe, más que las ventas de artículos religiosos o las donaciones económicas (sin desmerecer los últimos, por supuesto).

Ahora sí, es el momento de presentar resumidamente los temas conversados durante las entrevistas.

### *Principales desafíos que plantea la cultura*

Frente a la pregunta acerca de cuáles consideran que son los principales desafíos que enfrenta la Iglesia en la actualidad, las opiniones de los entrevistados son diversas. En primer lugar hay un cierto consenso en que el mundo está transitando un cambio profundo. Algunos lo identifican como un cambio de paradigma mundial;<sup>48</sup> otros, como un cambio epocal.<sup>49</sup> Pero más allá

---

<sup>47</sup> D. Woites, comunicación personal, 13 de octubre de 2021 y V. Bonard, comunicación personal, 22 de octubre de 2021.

<sup>48</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

<sup>49</sup> J. P. Cannata, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

de las diferencias en los términos con que se lo designe, hay una coincidencia de que se trata de un proceso mediante el cual se multiplican drásticamente las cosmovisiones y las escalas de valores y, en consecuencia, se cae en una relativización de los valores, particularmente, de aquellos que una vez caracterizaron a Occidente. Es interesante que todavía hoy se usan expresiones tales como matrimonio, autoridad, etc., pero se trata de “conceptos vaciados de espíritu”,<sup>50</sup> esto es, palabras que han perdido el significado profundo y normativo que tuvieron alguna vez. Una de las personas entrevistadas agrega que esta nueva cosmovisión niega toda posibilidad de trascendencia<sup>51</sup> y esto supone un desafío enorme para la Iglesia, porque su mensaje está intrínsecamente ligado a esta realidad, al punto tal que no puede entenderse el Evangelio, sin apelar a ella. Varias personas añaden que la cultura contemporánea se caracteriza, además, por cuestionar sistemáticamente todas las instituciones preexistentes. No sorprende, pues, que la Iglesia, siendo ella misma una institución, sea también objeto de tales cuestionamientos.

Otro de los desafíos que destacan la mitad de los entrevistados es el hecho de que la Iglesia está atravesando una profunda crisis de fe y que por falta de testimonios coherentes y, por tanto, creíbles, no logra transmitir con eficacia su mensaje. De hecho, hubo quienes destacaron que durante los primeros siglos, el cristianismo se expandió con rapidez precisamente por la coherencia y la radicalidad con que los primeros cristianos vivían su fe. Trayéndolo a la actualidad, una de las personas entrevistadas comenta que únicamente cuando los padres participan de la vida parroquial es posible que los hijos se involucren también: nuevamente, el testimonio. Es a todas luces evidente que recuperar la fe en el Evangelio y la coherencia de vida supone un desafío que escapa al planteo del presente trabajo. Sin embargo, quienes lo consideran importante destacan que es una condición fundamental para que la comunicación de la Iglesia sea exitosa y pueda atraer a nuevas personas.

En tercer lugar, hay un desafío relevante en relación con el lenguaje de la Iglesia. Por un lado, hay quienes señalan que la misma a menudo utiliza

---

<sup>50</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

<sup>51</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

expresiones arcaicas, complejas y sólo comprensibles –parcialmente– para quienes conocen las enseñanzas y el mensaje. El desafío, en este caso, consiste, por un lado, en adaptar el lenguaje descartando expresiones vetustas y adoptando términos y modismos contemporáneos. Por el otro, algunas personas coinciden en que hacen falta “católicos bilingües”,<sup>52</sup> esto es, personas preferentemente jóvenes, que entiendan las peculiaridades de cada lugar y conozcan también el Evangelio, de manera que puedan presentarlo en los términos adecuados a sus vecinos.

### *La Iglesia de cara a la sociedad*

Para bosquejar una mirada global, se pregunta a los entrevistados en qué situación ven a la Iglesia de cara a la sociedad argentina. La mayoría de los participantes destacan que ésta transita en la actualidad una crisis, mientras que algunos señalan que aún hoy la Iglesia conserva un reconocimiento bastante importante por parte de la sociedad.

Quienes son proclives a la primera línea, resaltan las numerosas acusaciones que ha recibido en los últimos años, especialmente en relación con los abusos por parte del clero, ciertos casos de corrupción o la falta de coherencia por parte de quienes se reconocen católicos, especialmente cuando éstos son personas consagradas. A esto añaden que algunos miembros de la Iglesia han tomado conciencia de los errores cometidos y hoy estarían obrando con excesiva cautela, prácticamente, con temor. Algunos consideran, además, que la Iglesia ha perdido injerencia en la sociedad. El problema según uno de los entrevistados sería que, a causa de ese miedo, la Iglesia ya no se atreve a hablar en voz alta y, en consecuencia, está, efectivamente, perdiendo esa injerencia que supo tener en algún momento.<sup>53</sup>

Por el otro lado, hay quienes señalan, sin necesariamente negar lo dicho anteriormente, que, a pesar de las denuncias y el clima cultural hostil, la Iglesia conserva, incluso hoy, un lugar importante en la sociedad, particularmente en

---

<sup>52</sup> J. P. Cannata, comunicación personal, 20 de octubre de 2021; Cfr.: F. Muñoz Larreta, comunicación personal, 13 de octubre de 2021

<sup>53</sup> I. San Martín, comunicación personal, 21 de octubre de 2021.



relación con la labor social que lleva adelante. Son numerosos los espacios y las comunidades en donde la Iglesia católica suple la ayuda que no llega de parte del Estado y ofrece, además de bienes materiales, espacios de encuentro, acompañamiento y sostenimiento espiritual para los más necesitados. Sigue siendo, en este sentido, una de las pocas instituciones creíbles en nuestro país y se la suele identificar con los comedores populares, los curas villeros, los apoyos escolares y un largo etcétera. Parafraseando a una de las personas entrevistadas, el cura es el que le arregla la vida a la gente, al punto tal que muchos creen que se dedica exclusivamente a eso.<sup>54</sup>

Algunos de los entrevistados consideran relevantes los gestos con los cuales el Papa Francisco ha dado mensajes importantes a la sociedad. En efecto, ha logrado ubicarse a la cabeza de grandes temas a nivel mundial. Por ejemplo, al publicar *Laudato si'*, marcó un camino para el cuidado del ambiente y al visitar sorpresivamente a los inmigrantes en un barrio de Roma en 2015<sup>55</sup> y a los refugiados en la isla de Lesbos en 2016,<sup>56</sup> llevó la atención del mundo a esos espacios. Por otra parte, su permanente denuncia de la pobreza se enmarca siempre dentro de las enseñanzas de la Doctrina Social de la Iglesia. Sin embargo, estas denuncias suscitan críticas a derecha e izquierda. En relación con este punto, otra de las personas entrevistadas ha destacado que la Iglesia argentina ha tenido un éxito apenas parcial a la hora de defender su figura y mensaje.<sup>57</sup>

### *Aciertos*

Se pregunta a los entrevistados si reconocen aciertos destacados en el obrar y la comunicación de la Iglesia argentina. Si bien éstos enumeran varios factores, el que sobresale, porque es reconocido por todos, es la cercanía con la gente. Esta afirmación requiere, sin embargo, una aclaración: puede entenderse a la Iglesia –y la encuesta de *Voices!* ya lo ha dejado claro– desde

---

<sup>54</sup> S. Fernández Pedemonte, comunicación personal, 22 de octubre de 2021.

<sup>55</sup>

[https://www.bbc.com/mundo/ultimas\\_noticias/2015/02/150208\\_ultnot\\_papa\\_visita\\_barrio\\_roma\\_az](https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2015/02/150208_ultnot_papa_visita_barrio_roma_az)

<sup>56</sup> <https://www.vaticannews.va/es/papa/news/2021-04/aniversario-visita-papa-francisco-isla-lesbos-campo-moira-2016.html>

<sup>57</sup> I. San Martín, comunicación personal, 21 de octubre de 2021.



dos niveles, el parroquial o barrial y el jerárquico. Es claro que, cuando se destaca la cercanía como una cualidad de la Iglesia, se la está considerando desde la primera óptica. Una de las personas entrevistadas llama la atención sobre el hecho de que lograr una cercanía auténtica es un enorme desafío y que, aun cuando diversas estrategias de comunicación intenten generar algo similar, pocas veces se consigue. La Iglesia ha logrado establecer ese vínculo y ello constituye un “potencial enorme”.<sup>58</sup>

### *Oportunidades de mejora*

Más adelante se indaga acerca de qué aspectos se podrían mejorar. Primero y principal, se ve un consenso unánime en que falta profesionalizar la comunicación en la Iglesia. Esto implica, por un lado, armar equipos estables con personas capacitadas en la materia y, por el otro, hacer una inversión económica seria y bien planificada. Se puede agregar que los equipos de comunicación deben estar bien articulados unos con otros: los parroquiales con sus respectivas diócesis y los equipos diocesanos, con los equipos nacionales.

En segundo lugar, un tercio de las personas consideran que hay un cierto temor a involucrarse activamente en el ámbito de la comunicación, dado que ello supondría una exposición permanente por parte de la Iglesia de cara a los medios y a la sociedad en general y, por tanto, un alto grado de vulnerabilidad. De todas maneras, coinciden, dicha exposición hoy en día es ya un hecho, gracias a las redes sociales y, todavía más, no tomar una posición proactiva frente a la comunicación genera más problemas que sí hacerlo. En esta línea, una de estas personas considera que, a la hora de comunicar, es preciso tener en cuenta los siguientes puntos. Ante todo, ser el primero en hablar, a fin de establecer el contexto y los términos en los cuales se va a debatir. En segundo lugar, hablar claro y ser contundente con el mensaje. Tercero, hablar desde la propia identidad. Esto es particularmente relevante hoy en día, dado que en una cultura donde todo se sabe –Byung-Chul Han (2012) la denominará la *sociedad de la transparencia*– si hay incoherencias entre la identidad del emisor y el mensaje que está transmitiendo, éstas saldrán a la luz más temprano que tarde

---

<sup>58</sup> J. P. Cannata, comunicación personal, 22 de octubre de 2021.

y, en consecuencia, aquel perderá la credibilidad.<sup>59</sup> Finalmente, es preciso reconocer los errores cuando se cometan y saber pedir perdón por los mismos.

En tercer lugar entre los aspectos a mejorar mencionados con mayor frecuencia, también se figura el hecho de que hay en la Iglesia un cierto grado de clericalismo, esto es, una sobrevaloración del rol del clero en desmedro los laicos quienes pueden –y según todos los entrevistados, deberían– asumir mayores responsabilidades. Ahora bien, se comenta que este clericalismo sería bidireccional, es decir, sería promovido tanto por algunos miembros del clero, como por algunos laicos.

Todavía más, es interesante destacar que hay un acuerdo general en que la Iglesia no está dando respuestas claras en los debates contemporáneos, a pesar de contar con reflexiones sumamente ricas. En general, se entiende que la Iglesia, en particular el Vaticano, tiene equipos de expertos en diversas materias con quienes reflexiona acerca de los temas más trascendentes. Y una de las personas resalta el hecho de que estos equipos muchas veces están conformados por personas que no son católicas, pero cuyos conocimientos en la materia a tratar, son valorados.<sup>60</sup> En este sentido, el problema de la falta de respuestas claras estaría en la comunicación, no en la elaboración de las mismas. En relación con esto, una de las personas considera que deberían llevarse a la mesa temas como la comunión de los divorciados en nuevas relaciones, el matrimonio homosexual o el sacerdocio de las mujeres. No se trataría de aceptar o rechazar todos estos cambios, pero sí de analizarlos para ver qué respuesta se le ofrece a los fieles y a la sociedad en general.<sup>61</sup>

Finalmente, casi la mitad de los entrevistados señalan que la Iglesia ha perdido lugar en el campo de la cultura. Por ejemplo, hoy no estaría resultando sencillo encontrar intelectuales o artistas que expresen públicamente opiniones alineadas con la doctrina católica. Se remarca también el hecho de que muy rara vez se puede ver profesores universitarios católicos debatiendo ideas de su

---

<sup>59</sup> A. Stelatelli, comunicación personal, 25 de octubre de 2021.

<sup>60</sup> S. Fernández Pedemonte, comunicación personal, 22 de octubre de 2021.

<sup>61</sup> M. Ruiz Luque, comunicación personal, 21 de octubre de 2021.

especialidad –sea el campo que sea– en programas de televisión o radio. Faltan también en televisión, Netflix, etc., series y/o películas con contenido valórico coherente con los valores evangélicos. Una de las personas entrevistadas considera que esto es un gran error y el desaprovechamiento de una oportunidad muy grande de llegar a las grandes audiencias con un mensaje no necesariamente religioso, pero sí, humanista.<sup>62</sup> En resumidas cuentas, lo que los entrevistados sostienen es que no se está generando ni transmitiendo cultura.

Pasando al plano estrictamente comunicacional, la pregunta en torno a qué puede mejorarse encuentra opiniones diversas, aunque se ve un cierto interés común en los dos primeros puntos que se mencionan a continuación. En primer lugar, hay un acuerdo general en el hecho de que la Iglesia, cuando comunica, lo hace para sus fieles o su público cautivo y no logra llegar a quienes no se reconocen católicos.<sup>63</sup> Más allá de que es importante mantener la relación con el propio público, es preciso salir a buscar nuevas audiencias.

En segundo lugar, se considera fundamental el hecho de que la Iglesia debe trabajar y mejorar su rendición de cuentas. Si bien no tiene obligación legal de presentar balances, hay un acuerdo de que sí tiene una obligación moral de hacerlo.<sup>64</sup> Y esto vale especialmente para el caso de los donantes, quienes deberían recibir reportes periódicos que muestren qué se está haciendo con sus contribuciones. En este sentido, tres de las personas entrevistadas comentan casos concretos de éxito, en los cuales la rendición de cuentas a los donantes aseguraba su compromiso con las causas que estaban apoyando.

En tercer lugar, algunos de los entrevistados sugieren que la Iglesia debe recuperar la conciencia del rol que ocupa en la sociedad. Todavía hoy hay diversos sectores en los que tiene un gran predicamento y diversas instituciones de la Iglesia gozan de un importante reconocimiento social –como ya se vio en

---

<sup>62</sup> A. Stelatelli, comunicación personal, 25 de octubre de 2021.

<sup>63</sup> De hecho, es preciso recordar, como se mencionó más arriba, que ya el lenguaje estaría orientado a quienes conocen las enseñanzas y la cosmovisión católica.

<sup>64</sup> El Art. 146 inc, (c) del Código Civil y Comercial de la Nación establece que la Iglesia católica argentina es una persona jurídica pública. Y es por esto que no tiene obligación de presentar balances ante los organismos públicos. Dicha caracterización ya se había establecido en el Código Civil sancionado en 1869, específicamente en el art. 33, inc. (3).

la encuesta de *Voices!* En esta línea, sería interesante fortalecer las oficinas de prensa que ya existen y generar nuevas donde haga falta. Y una de las personas entrevistadas sugiere volver a establecer relaciones con los principales medios.<sup>65</sup> En contraposición, permanecer en un esquema de comunicación informal puede generar un daño más grave que un error que pueda llegar a cometerse en el afán de comunicar. Además, se agregan dos puntos. Por un lado, si los medios no tienen un vínculo desarrollado con la Iglesia, no se sentirán obligados a consultar con ella antes de publicar algo. De hecho, otra de las personas entrevistadas expresa que puede detectar en qué momentos hubo publicaciones por parte de los medios que generaban polémica –en la mayoría de los casos, de tinte político–, porque se registraron en los días subsiguientes bajas en los donantes recurrentes de distintos proyectos. Y, agrega, quizás estas bajas podrían haberse evitado si las publicaciones hubiesen sido claras, porque en la mayoría de los casos, fueron malos entendidos. Comunicación y *fundraising*, en resumen, van de la mano.<sup>66</sup> Por el otro lado, según otro de los entrevistados, en la medida en que la Iglesia le tema a los medios, estará colaborando sin quererlo para que en el imaginario de éstos crezca una mirada prejuiciosa hacia ella misma.<sup>67</sup>

Finalmente, una de las personas entrevistadas señala la necesidad de incorporar espacios de autoevaluación y reflexión después de eventos relevantes a fin de extraer lecciones de los mismos, para poder repetir buenas prácticas, si las hubo, y corregir aquello que sea necesario.<sup>68</sup>

### *Qué tiene la Iglesia para comunicar*

Más adelante se indaga acerca de qué tiene la Iglesia para comunicar, qué mensaje puede ofrecer. Entre los participantes hay un acuerdo general en dos grandes líneas. Por un lado, se considera relevante comunicar qué hace la Iglesia en favor de la sociedad. En efecto, sin reconocerse ella misma como una ONG, la realidad es que hace el trabajo de varias ONGs, como se vio más

---

<sup>65</sup> M. De Vedia, comunicación personal, 15 de octubre de 2021.

<sup>66</sup> V. Vilella, comunicación personal, 15 de octubre de 2021.

<sup>67</sup> M. De Vedia, comunicación personal, 15 de octubre de 2021.

<sup>68</sup> V. Bonard, comunicación personal, 22 de octubre de 2021.

arriba.<sup>69</sup> Entonces, en esta línea, se llama a priorizar las acciones en favor de los pobres, los enfermos, de quienes padecen adicciones o no tienen qué comer. Otra de las personas entrevistadas sostiene que esta comunicación puede hacerse típicamente por dos vías. O bien, se puede publicar, por ejemplo, que se entregaron 100 toneladas de ropa o bien, por ejemplo, que la ropa donada, si se anuda, abarcaría un camino de Salta a Santiago del Estero. Esta segunda opción tiene la ventaja de que apela a la emotividad y, por tanto, cala más hondo en la audiencia.<sup>70</sup> Por el otro lado, se resalta el hecho de que deben comunicarse valores tales como la solidaridad, la honestidad y el respeto y esto no porque sean exclusivos del mensaje cristiano, sino porque, en las palabras de una de las personas entrevistadas “los valores son evangélicos”.<sup>71</sup> Esto implica que la promoción de valores humanos es condición necesaria, no suficiente, para poder transmitir luego el mensaje cristiano que contiene dichos valores –y también, sin suprimirlos, los supera. La síntesis de estas dos líneas, acciones y valores, se puede encontrar encarnada en diversas personas. En efecto, otra de las personas entrevistadas señala que uno ve a la Madre Teresa y a sus religiosas e inmediatamente percibe que hay *algo* detrás.<sup>72</sup> Se trata, entonces, de ofrecer testimonios de personas que, por su obrar, susciten la pregunta acerca de qué las motiva a actuar de esa manera. La respuesta: el Evangelio. En este sentido, otra de las personas entrevistadas recalca que hay “infinitud de historias humanas”<sup>73</sup> para compartir. Y otra más sugiere que estas historias han de ser contadas, para que calen más hondo, en primera persona.<sup>74</sup>

En resumen, la Iglesia cuenta con siglos de reflexiones y enseñanzas, pero se coincide en que debe volver a centrarse en lo fundamental: hechos y valores naturales. En pocas palabras, debe comunicar principalmente aquello que ayude a hacer más humana la vida.<sup>75</sup>

---

<sup>69</sup> De hecho, una de las personas entrevistadas comenta que la Iglesia católica es la institución que atiende a más personas con SIDA en todo el mundo (J. Della Torre, comunicación personal, 2 de noviembre de 2021).

<sup>70</sup> Cfr.: F. Muñoz Larreta, comunicación personal, 19 de octubre de 2021.

<sup>71</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

<sup>72</sup> A. Stelatelli, comunicación personal, 25 de octubre de 2021.

<sup>73</sup> I. San Martín, comunicación personal, 21 de octubre de 2021.

<sup>74</sup> F. Muñoz Larreta, comunicación personal, 19 de octubre de 2021.

<sup>75</sup> A. Stelatelli, comunicación personal, 25 de octubre de 2021.

### *Uso de las redes sociales*

A la hora de analizar el uso que se hace de las redes sociales por parte de la Iglesia, hay que tener en cuenta la enorme variedad de personas que forman parte de ella. Es así como también en este punto, las opiniones son diversas, pero mutuamente enriquecedoras.

En primer lugar, algunos destacan como un hito relevante la apertura de la cuenta @Pontifex que fue solicitada en 2011 por el Papa Benedicto XVI. Al año siguiente se abrirían nueve cuentas iguales, cada una en un idioma distinto.<sup>76</sup> Benedicto XVI renunció dos meses más tarde y la cuenta quedaría luego del Cónclave, bajo la responsabilidad del Papa Francisco. Hoy en día, las nueve cuentas suman un total de 52 millones de seguidores.<sup>77</sup> Si bien esto excede a la Iglesia en Argentina, marcó un rumbo introduciendo una nueva forma de evangelizar para la Iglesia en todo el mundo.

Una de las personas entrevistadas destaca que en Argentina la Agencia Informativa Católica Argentina (AICA)<sup>78</sup> fundada en 1956 fue la primera agencia católica hispana en tener internet. Actualmente, claro está, cuenta con perfiles en las principales redes sociales.<sup>79</sup>

Por otra parte, varios de los entrevistados coinciden en que a la hora de usar redes, se ven varias iniciativas por parte de parroquias y de individuos. De más está decir que este tipo de acciones permiten llegar a un gran número de personas que por iniciativa propia no se acercarían a las iglesias y este fenómeno, claro está, tuvo un crecimiento acelerado durante la pandemia por Covid-19 que obligó a la sociedad a digitalizar espacios que antes ni se imaginaban *online*. Sin embargo, también se comenta que falta todavía mucho para que la Iglesia pise fuerte en las redes sociales. Y, además, se suscita un desafío, a saber, la cultura contemporánea y, en especial las redes sociales, exigen una velocidad de respuesta cada vez mayor. ¿Es realmente posible para

---

<sup>76</sup> Cfr.: Peiró (4 de octubre de 2015) y Bonilla (12 de diciembre de 2017).

<sup>77</sup> Hay cuentas @pontifex en español, italiano, inglés, francés, portugués, alemán, polaco, árabe, y latín.

<sup>78</sup> <https://aica.org/>

<sup>79</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021



los equipos y las personas que trabajan hoy en día mantener ese ritmo? No está del todo claro. Téngase presente que cuando hay equipos, suelen ser voluntarios que tienen a la par otras responsabilidades y en no pocas ocasiones cuentan con mala conectividad e, incluso, falta de electricidad.<sup>80</sup> Finalmente, algunas de las personas entrevistadas coinciden en que hace falta un esfuerzo articulado que podría economizar esfuerzos y multiplicar resultados.

### *Cómo llegar a un público refractario*

Más adelante se pregunta acerca de cuáles podrían ser las causas por las cuales la Iglesia no se esté llegando a ciertos segmentos y qué se podría hacer para despertar algún interés en estas audiencias.

En este contexto, una de las personas consultadas señala que, primero, habría que indagar entre quienes no se consideran católicos acerca de si les interesaría saber algo sobre la Iglesia o, mejor todavía, de qué temas –no necesariamente religiosos– les gustaría escuchar.<sup>81</sup> Es preciso recordar que, por ejemplo, hoy en día, el Papa Francisco es considerado una autoridad en temas de cambio climático y cuidado del medio ambiente. Entonces, presentar temas de interés humano desde una perspectiva católica podría en algunos casos llegar a ser del interés de este público. Otra de las personas entrevistadas propone, por un lado, y siempre en sintonía con el resto, elegir embajadores para tratar ciertos temas. Deberían ser en general, laicos especialistas en un tema específico. Por el otro, resalta la importancia de trabajar los formatos audiovisuales, priorizando mensajes mediante videos cortos con poco texto.<sup>82</sup>

Finalmente, hay quien sugiere generar espacios de escucha para personas con alguna dificultad específica, por ejemplo, hijos que padecen drogadicción, mujeres abandonadas, etc. No se trataría en este caso de armar grupos, sino de invitar a esas personas a conversar con un sacerdote, porque, agrega, hay incontables personas que necesitan hablar y ser escuchadas.<sup>83</sup>

---

<sup>80</sup> Esto último complementa los datos de la encuesta a partir de conversaciones que la autora ha mantenido con varios de los equipos de Cáritas del Interior del país.

<sup>81</sup> A. Stelatelli, comunicación personal, 25 de octubre de 2021.

<sup>82</sup> F. Muñoz Larreta, comunicación personal, 19 de octubre de 2021.

<sup>83</sup> R. Palmieri, comunicación personal, 19 de octubre de 2021.



### *¿Debe la Iglesia actualizar su mensaje?*

Por último, se preguntó a los entrevistados acerca de su opinión en torno a algunos temas que habían sido señalados en la encuesta de *Voices!* En primer lugar, qué opinión les merece el hecho de que, para el público que había participado en la primera encuesta, hay ciertos temas en relación con los cuales la Iglesia está atrasada, a saber, un excesivo dogmatismo, la formalidad de las Misas y una escasa salida al mundo. En segundo lugar, se comenta que, según el público de la primera encuesta, la Iglesia sí ha logrado actualizarse en relación con la aceptación del divorcio, la diversidad sexual, la apertura de las parroquias y la figura del Papa.

Las respuestas a estas preguntas se ordenan en tres grandes líneas. En primer lugar, algunos consideran que este tipo de creencias tienen su fundamento en un desconocimiento de lo que la Iglesia dice y hace y que esto sería, en gran parte, responsabilidad de los laicos católicos. Por ejemplo, la Iglesia jamás ha condenado la homosexualidad *per se*, pero esto no siempre se sabe.

En una segunda línea se ubican quienes reconocen que, efectivamente, hay temas en los cuales la Iglesia estaría atrasada en relación con los tiempos que corren, pero no serían los temas enumerados en la encuesta de *Voices!* Se destaca en este contexto que los procesos eclesiales siempre llevan tiempo, al punto tal que una de las personas entrevistadas comenta que los días de la Iglesia se miden en años y los años, en siglos.<sup>84</sup> Esto, claro está, suscita una pregunta: ¿qué hacer de cara al mundo contemporáneo que avanza cada vez más rápido? Si los cambios no se generan con mayor celeridad, la distancia entre los acontecimientos del mundo y las propuestas de la Iglesia será cada vez mayor. Además, una de las personas entrevistadas llama la atención sobre un tema que, a su entender, es todavía hoy una deuda y es el rol de las mujeres en la Iglesia. Afirma que la gran mayoría de los centros de Cáritas del país son

---

<sup>84</sup> D. Woites, comunicación personal, 19 de octubre de 2021.

coordinados por mujeres y, sin embargo, ellas no tienen voz a la hora de tomar decisiones.<sup>85</sup>

Finalmente, hay quienes notan que, contrariamente a lo que cree el público encuestado, la Iglesia ha dado pasos importantes en temas que para muchas personas son polémicos como la acogida de los divorciados en segundas relaciones, de homosexuales o de las mujeres que cometieron abortos. De todas maneras, también aquí se ven interpretaciones diversas. Por un lado, algunos consideran que, aún cuando el Papa ha dado pasos importantes para acoger a personas que atraviesan este tipo de situaciones, todavía falta mucho por hacer en las parroquias. En estos espacios los cambios necesarios deben realizarse a través de los jóvenes, porque son ellos quienes pueden comprender los nuevos paradigmas y, además, captar con mayor finura las necesidades del barrio.<sup>86</sup> En relación con esto, otra de las personas entrevistadas agrega que hoy en día, en su afán de recibir a todos, pareciera que la Iglesia ha adoptado una actitud de todo vale que no es tal, sino un intento de hacer un fuerte énfasis en temas específicos para luego llegar a un punto medio<sup>87</sup> y coincide en este aspecto con otro de los participantes, quien agrega que quienes consideran que la Iglesia está atrasada en estos temas, son aquellos que no se informan acerca de qué hace y dice la Iglesia.<sup>88</sup>

Ya sintetizadas las entrevistas, es hora de describir brevemente un caso que ha servido de inspiración para el proyecto argentino: se trata de un proyecto español de comunicación y fundraising.

### **Antecedentes: el caso español**

En diciembre de 2006 el Estado Español acordó con la Santa Sede un nuevo sistema tributario, el cual dejaba sin asignaciones en los Presupuestos Generales del Estado a la Iglesia católica.<sup>89</sup> A partir de entonces se comenzó a buscar una alternativa dentro de la Iglesia española que, dando a conocer las

---

<sup>85</sup> V. Vilella, comunicación personal, 15 de octubre de 2021.

<sup>86</sup> M. De Vedia, comunicación personal, 15 de octubre de 2021.

<sup>87</sup> D. Woites, comunicación personal, 20 de octubre de 2021.

<sup>88</sup> Cfr.: I. San Martín, comunicación personal, 21 de octubre de 2021.

<sup>89</sup> <https://www.portantos.es/que-es-xtantos>

actividades que lleva adelante, motivase a las personas a colaborar con ella mediante aportes económicos. Por cercanía temática, el abordaje de este caso puede ser de utilidad para la temática de este trabajo de investigación.

Es importante destacar que el sistema tributario en España permite hacer donaciones a entidades religiosas, ONGs u otras organizaciones registradas que luego pueden desgravarse en la declaración de la renta. Se puede deducir como mínimo el 35% del valor donado y hasta un máximo del 10% de la base liquidable en la declaración de la renta.<sup>90</sup> De hecho, el nombre del proyecto eclesial, “Xtantos”, viene precisamente de la “X” con que se marca a qué entidad se elige donar. El programa Xtantos comenzó a implementarse en 2007.

En el año 2018, la Iglesia española recibió aportes de sus fieles por €285.115.797, una cifra récord desde el lanzamiento del programa, según se indica en su Memoria de Actividades.<sup>91</sup> Ese mismo año, los 17.337 sacerdotes españoles dedicaron 30.500.000 horas a la atención pastoral y el trabajo en sus parroquias. En simultáneo, en el área de la salud 20.288 voluntarios acompañaron a 176.276 personas cada mes y más de 2.755 voluntarios acompañaron a 3.394 personas presas con contención afectiva y ayudas materiales y 1.521.196 niños asistieron a centros educativos católicos.

## **El Programa de Financiamiento Eclesial**

A lo largo de varias conversaciones con dos integrantes de la Comisión, fue posible conocer el denominado Programa de Financiamiento Eclesial o Programa FE,<sup>92</sup> el cual busca, como ya se ha comentado, comunicar la vida de la Iglesia católica en Argentina, a la vez que intenta recaudar fondos. Para ello, se vale de una página web a través de la cual los usuarios pueden donar a un fondo nacional, a su propia diócesis o a una parroquia en particular. También cuenta con perfiles en algunas redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube). Todo esto se enmarca en un objetivo más general, a saber, mostrar

---

<sup>90</sup> <https://www.portantos.es/desgravaciones-y-deducciones-fiscales-por-donativos-a-la-iglesia-los-conoces>

<sup>91</sup> <https://www.portantos.es/memoria-de-actividades-2018>

<sup>92</sup> <https://www.programafe.org/>

una Iglesia más moderna en su comunicación, su forma de recaudar y su rendición de cuentas, en resumen, adaptada al tiempo actual.<sup>93</sup>

Según han comentado los responsables del programa, los objetivos del proyecto de comunicación serían los siguientes. En primer lugar, dar a conocer la vida de la Iglesia a lo largo y ancho del país, destacando las especificidades de cada comunidad en un lenguaje adecuado a cada localidad. En segundo lugar, promover la interacción con el público para fidelizarlo. Y, finalmente, publicar en forma periódica los gastos y los balances anuales revisados por un auditor externo.

A tal fin, se requiere, primero, dialogar más fluidamente con personas que no adhieren al catolicismo, pero que valoran la labor de la Iglesia al servicio de la sociedad. En este sentido, se han de dar a conocer experiencias y vivencias, más que dogmas. Y, tercero, debe cambiarse el lenguaje para hacerlo comprensible en la cultura actual.

El proyecto se lanzó oficialmente el 30 de junio de 2020 con una presentación en la sede de la Conferencia Episcopal Argentina ubicada en Suipacha 1032 (CABA).

Un dato que no deja de sorprender a esta maestranda es que, a la hora de la publicación de este trabajo, no hay, según indicaron los interlocutores, un documento con un plan de comunicación detallado. Las ideas están, pero faltaría escribirlas. Se describen, por tanto, a continuación, los puntos que sí están definidos por la Comisión y se añadirá una propuesta al terminar el trabajo.

### **Pautas comunicacionales definidas por la Comisión**

#### *Target*

El target son personas de todos los rangos etarios y de ambos sexos. Asimismo, se caracterizan por, o bien, reconocerse como católicas

---

<sup>93</sup> I. Jiménez, comunicación personal, 12 de mayo de 2020.

(practicantes y no practicantes), o bien, reconocer, aprobar o valorar la labor social de la Iglesia, sin ser ellos mismos católicos.

#### *Contenido*

Se busca contar historias de personas concretas, haciendo énfasis en cómo viven su fe y cómo dicha fe repercute en su vida cotidiana.

#### *Canales*

La Comisión optó, al momento de iniciar el proyecto, por los siguientes canales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y una página web.

#### *Periodo de implementación*

El Programa FE se lanzó con la intención de ser una campaña con fecha de inicio, pero no de cierre. Se pretende acompañar los eventos significativos en las distintas partes del territorio argentino, tales como peregrinaciones y fiestas patronales.

Sin embargo, hacia fines de 2020, la Comisión decidió incorporar fechas importantes a modo de hitos, con publicaciones especiales y campañas específicas de recaudación de fondos. Tales fechas incluyen las festividades religiosas más importantes, como Navidad y Pascua.

#### *Evaluación de resultados*

Actualmente se están registrando las siguientes métricas:

- Cantidad de visitas en la web y tiempo de permanencia en cada página.
- Cantidad de seguidores en cada red social.
- Cantidad de likes, compartidos y comentarios en cada red social.
- Ubicación de los usuarios que ingresan a la web o navegan en las redes.
- Conversiones, sean para donaciones por única vez o recurrentes.
- Tasa de conversión.
- Cantidad de personas que donan más de una vez (ingresan sus datos en forma periódica), edad, ubicación.
- ROI

## **Conclusión**

### **Propuestas para el plan de comunicación**

En la sección anterior se presentaron las pautas que la Comisión estableció para la comunicación dentro del Programa FE, aclarando que el mismo no cuenta con un plan de comunicación propiamente dicho. Por tal motivo, aun cuando el objetivo del presente trabajo es ofrecer un análisis y una reflexión sobre la situación de la comunicación en la Iglesia argentina, se impone la necesidad de ofrecer algunos lineamientos para un futuro plan de comunicación que pueda contribuir a los objetivos del Programa FE. Tales lineamientos se incluyen a continuación.

#### *Target*

El target diseñado por la Comisión puede pensarse ordenado en anillos concéntricos, siendo el primero de ellos el segmento de los católicos practicantes; el segundo, los católicos alejados de las prácticas religiosas; y, tercero, el segmento de personas que, no reconociéndose católicas, valoran su servicio a la sociedad. Hasta acá, básicamente se coincide con la propuesta original. Se procurará, a continuación, añadir una descripción más detallada de cada uno de los anillos.

Dentro del primer grupo podrían distinguirse tres subsegmentos. En primer lugar, un segmento de 50 años y mayores. Se trata de un público con hábitos arraigados, apegado a formas más bien conservadoras que cumple con los mandatos. Este público está más habituado a la solemnidad en las celebraciones y lo más probable es que tenga predilección por Facebook por sobre las demás redes sociales. En segundo lugar, el segmento de 30 a 50 años. Este grupo recibió una educación católica y probablemente haya participado en grupos de Iglesia, misiones, etc. Si tiene hijos, se ocupa de formarlos en la fe. Es posible que muestre un interés especial por las publicaciones con temas de educación, dado que tiene hijos pequeños o todavía jóvenes. En tercer lugar, el rango etario de 30 años o menos recibió educación católica y posiblemente participe de grupos en parroquias o movimientos. A diferencia del primer grupo,

no acepta los dogmas a ciegas, sino que necesita razones y enriquecerlas con experiencias.

Dentro del segundo grupo podrían identificarse los siguientes rasgos. En primer lugar, se trata de personas que recibieron una educación religiosa en su infancia y/o juventud, pero el tiempo los alejó de las prácticas religiosas. Sin embargo, algunos de ellos todavía hoy procuran que sus propios hijos reciban una formación religiosa, sea a través de los colegios o en las catequesis parroquiales. Estos estarán, además, atentos a que sus hijos reciban los sacramentos, aun cuando no vayan periódicamente a Misa. Para ciertas ocasiones, como ser una situación difícil, siguen acudiendo a la iglesia del barrio en busca de consuelo. Y no hay que descartar la probabilidad de que participe de algún evento puntual, como ser, la peregrinación a Luján. Posiblemente cuestionen a la Iglesia en lo referente a temas políticos o de actualidad y es poco probable que intenten informarse para revisar sus opiniones al respecto.

En tercer lugar, se puede identificar el segmento de personas que, sin considerarse católicas, valoran su trabajo al servicio de la sociedad. Este es el segmento más amplio, pero puede identificarse a partir de alguno de los siguientes puntos. Primero, se trata de un tipo de persona con una sensibilidad especial para los problemas sociales y que posiblemente colabore o haya participado en emprendimientos sociales u ONGs. Segundo, es probable que tenga entre familiares o amigos a alguien que sea católico o que también colabore con la Iglesia de alguna manera y que a través de esta persona llegue a conocer y respetar el servicio social de la misma. Si eligió colaborar con ella sin adherir a la fe, es probable que se trate de una persona con una mirada amplia, capaz de escuchar posiciones diversas con relación a temas relevantes, lo que la haría una persona capaz de dialogar en profundidad. Incluso, es probable que, a la hora de debatir temas relevantes, muestre más interés que un católico no practicante en conocer la posición de la Iglesia en relación con ese punto, pero no necesariamente por interés en convertirse, sino porque valora las opiniones ajenas.



## *Contenido*

En varias comunicaciones con miembros de la Comisión quedó claro que el Programa FE no busca hablar sobre doctrina a secas, sino más bien, contar historias de personas concretas.<sup>94</sup>

Podríamos, ante todo, añadir que tales publicaciones deben especificarse para cada uno de los segmentos arriba descritos. Ahora bien, refinemos: ¿qué debería comunicarse? En primer lugar, como ya se ha destacado, las iniciativas sociales de la Iglesia, entre las cuales se cuenta Cáritas. Esto es fundamental, porque a través de estos se ven valores humanos universales, tales como la solidaridad, el respeto, la generosidad, etc. En segundo lugar, dado que los laicos constituyen la gran mayoría de los católicos en el país, es conveniente que ocupen la mayor parte del espacio en las publicaciones. No es necesario mantener una proporción lineal, pero sí, de nuevo, darles más lugar del que, a la hora de esta publicación, estarían teniendo. En tercer lugar, pueden incorporarse, además, algunos temas a modo de lugares comunes, como ser la misericordia, la acogida y la esperanza. Esto puede ser particularmente relevante para el segmento de los católicos no practicantes, para quienes sería bueno sumar también mensajes que los ayuden a recordar buenas experiencias relacionadas con la fe y los motiven a querer vivenciarlas nuevamente.

## *Canales*

Como se mencionó más arriba, el Programa FE ya utiliza una página web y cuatro redes sociales: optó, en efecto, por Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Se podría afirmar que la motivación detrás de esta decisión está en el hecho de que aquellas se encuentran entre las redes sociales más utilizadas en Argentina. En efecto, así lo afirman Slotnisky (2017) y el sitio [es.statista.com](https://es.statista.com).<sup>95</sup> Por su parte, un artículo de Unidiversidad (30 de junio de 2021) señala que las

---

<sup>94</sup> Jiménez, comunicaciones personales, 15 de mayo de 2020 y 13 de julio de 2021. Ignacio Jiménez es miembro de la Comisión.

P. M. Jurcinovic, comunicación personal, 12 de mayo de 2020. El Padre Máximo Jurcinovic es vocero de la Conferencia Episcopal Argentina y miembro de la Comisión.

<sup>95</sup> <https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

redes sociales más elegidas por los argentinos son YouTube, WhatsApp, Facebook e Instagram.<sup>96</sup> En este sentido, su masividad amerita que sean tenidas en cuenta para el proyecto.

De todas maneras, sería interesante proponer a la Comisión que evalúe la posibilidad de añadir, por ejemplo, a TikTok particularmente para el segmento joven de la población. También se considera importante abrir un canal más, a saber, un diálogo fluido con los jefes de redacción y editores en los medios de comunicación, tal y como lo destacara uno de los entrevistados.

### *Período de implementación*

Más arriba se dijo que el Programa FE no tiene fecha de cierre, pero que sí cuenta con fechas especiales en las cuales se hace un énfasis, tanto en los contenidos, cuanto en la periodicidad de las publicaciones y pueden, además, organizarse campañas especiales de *fundraising*.

Sin embargo, sería conveniente -especialmente para los segmentos 2 y 3- incorporar otras fechas festivas, como ser, el día del trabajador, el 25 de mayo y el 9 de julio. Si bien no se trata de fiestas religiosas, aquellas son relevantes para el pueblo argentino y, preparando publicaciones especiales para estos momentos, se puede mostrar que la Iglesia acompaña a la gente en todos los aspectos de sus vidas.

### *Evaluación de resultados*

A las métricas que se están registrando actualmente, se podrían sumar las siguientes:

- Monto promedio de cada donación.
- Distribución porcentual de ingresos a lo largo del año (¿hay aumentos significativos durante las campañas de fechas especiales? ¿Hay bajas significativas en algún momento? ¿A qué podrían deberse estas últimas?)
- Distribución porcentual de ingresos según el destino elegido por el donante (Programa FE, una diócesis, una parroquia).

---

<sup>96</sup> Cfr.: Alvino (15 de abril de 2021) Estadísticas de la situación digital de Argentina en el 2020-2021

- Sería interesante, también, validar los perfiles de los usuarios que siguen al Programa FE en las redes sociales para afinar la caracterización de los segmentos (y abrir alguno nuevo, si llega a ser necesario)

### **Propuestas generales**

Por último, se sugieren algunas propuestas que, sin formar parte de un plan de comunicación formal, se consideran particularmente relevantes para el presente proyecto.

En primer lugar, dado que el proyecto de comunicación tiene un objetivo de fundraising claro, la Comisión debería estar integrada también por personas que sepan de este campo y puedan complementar a quienes aportan los conocimientos de comunicación.

En segundo lugar, el proyecto no debe ser una iniciativa aislada de la Conferencia Episcopal: es preciso involucrar a todos. Y en este caso todos, quiere decir que los obispos promuevan el proyecto en sus respectivas diócesis y que los equipos diocesanos hagan lo propio con sus parroquias. En concreto, promover el proyecto quiere decir, por un lado, seguir los perfiles en las redes y motivar a que se visite la web, además de compartir el contenido que se genere en los perfiles locales. Por el otro lado, aportar contenido al Programa cuando haya, por ejemplo, algún evento destacado. También puede ser interesante, por ejemplo, que cada semana haya un video de un obispo con una catequesis breve y que todos los días un determinado grupo de sacerdotes de distintos carismas ofrezca una reflexión del Evangelio.<sup>97</sup> En pocas palabras, es necesario articular todos los niveles.

Por otra parte, sería conveniente renovar la página web de la Conferencia Episcopal<sup>98</sup> o, más bien, integrarla con la web del proyecto. La renovación debe contemplar una mejora en la usabilidad y el diseño, cuidando que la información esté clara y accesible. Y no habría que descartar la posibilidad de que el

---

<sup>97</sup> Esto se hace en Chile. Las propuestas del presente párrafo fueron realizadas por I. San Martín durante la entrevista.

<sup>98</sup> <https://episcopado.org/>

Programa FE, la web de la Conferencia Episcopal y la web de cada una de las diócesis estén todas unificadas en un mismo dominio y, claro está, con un mismo diseño. Esto podría, también, extenderse a las parroquias del país.

Por último, hay una propuesta que excede el alcance del proyecto, pero que podría integrarse en él y multiplicar considerablemente los resultados. Se trata de un proyecto generado en el Reino Unido en 2010 y que ha sido comentado por dos de las personas entrevistadas para el presente trabajo. Dicho proyecto, denominado Catholic Voices,<sup>99</sup> se gestó de la mano de Austin Ivereigh y Jack Valero con el objetivo de formar 24 laicos y un sacerdote para que pudiesen hablar y representar a la Iglesia católica en los medios durante la visita del Papa Benedicto XVI. La propuesta consistía en capacitar, tanto en los temas, cuanto en las formas de comunicación a este grupo, de manera que estuviesen listos para hablar con los medios. Los participantes eran personas de diversas procedencias y profesiones.

Ahora bien, se ha dejado en claro la necesidad de que la Iglesia católica profesionalice la comunicación. En este sentido, capacitar voceros para llevar su mensaje es un ingrediente fundamental y, de ahí que puede aprenderse mucho del proyecto de Catholic Voices. Es fundamental que la Iglesia recupere su espacio en el campo de la cultura y vuelva a debatir con renovadas fuerzas los temas que importan a la sociedad. Si no lo hace, perderá el poco espacio que todavía conserva y el ámbito cultural será tomado por otros, porque, claro está, nunca va a quedar vacío.

### **Reflexiones finales**

Se está llegando al final del presente trabajo, en el cual se planteó una situación problemática, la publicación del presupuesto destinado a la Iglesia católica en 2018 y desde allí se intentó indagar en el origen de dichas asignaciones. Luego, se procuró conocer las opiniones de la sociedad en relación con la Iglesia católica, recurriendo a una encuesta y a entrevistas en

---

<sup>99</sup> <https://www.catholicvoices.org.uk/>

profundidad para, finalmente, ofrecer algunas propuestas a fin de enriquecer el proyecto que hoy en día se está llevando a cabo.

Es claro que queda mucho camino por recorrer, pero es un signo positivo el hecho de que haya especialistas en el campo de la comunicación que señalen la importancia de profesionalizarla para servir a la misión de la Iglesia.

Sería interesante, aunque por ahora persiste como una inquietud para la autora de este trabajo, desarrollar un plan de comunicación para Cáritas Argentina en sintonía con las líneas ofrecidas más arriba. Este proyecto podría enriquecerse de múltiples fuentes, tales como los testimonios de los más de 30.000 voluntarios que forman parte de Cáritas y de las personas a las cuales se asiste de diversas maneras. También podrían incorporarse los datos de gestión, especialmente de la aplicación Cáritas Más Simple, un desarrollo interno de la organización que administra proyectos y rendiciones económicas, y los resultados de la foto institucional que a la fecha ha logrado relevar más de 2.000 centros de Cáritas en todo el país.



Universidad de  
San Andrés

## Referencias bibliográficas

### Bibliografía general

- Albarello, F. (2013). *Personalizar el vínculo con la tecnología. Hacia un discernimiento de la cultura digital*. Editorial de la Palabra de Dios.
- Benedicto XVI. (2008). *Los medios: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la verdad y compartirla*. Mensaje para la XLII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Recuperado de: [https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20080124\\_42nd-world-communications-day.html](https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20080124_42nd-world-communications-day.html)
- Benedicto XVI. (2009). *Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad*. Mensaje para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Recuperado de: [https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)
- Benedicto XVI. (2011). *Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital*. Mensaje para la XLV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Recuperado de: [https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20110124\\_45th-world-communications-day.html](https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day.html)
- Bonilla, M. (12 de diciembre de 2017). Cinco años evangelizando a través de @Pontifex. Recuperado de: <https://www.vaticannews.va/es/vaticano/news/2017-12/tweet-benedicto-xvi-twitter-papa-francisco.html>
- Cannata, JP. (2013). *Los valores en el discurso público. Comunicar la propia fe en la cultura del siglo XXI*. Logos.

- Cannata, JP. (2014). Valores y discurso público: comunicación e identidad cristiana de instituciones sociales y educativas en el nuevo contexto cultural. *Austral Comunicación*, Volumen 3.1, 1-21.
- Carbonelli, M. (2015). Pan y palabras. La inserción evangélica en la gestión pública en Argentina. *Religião e Sociedade*, Volumen 35.2, 73-95.
- CIS (2018). Informes de Opinión Pública CIS UADE-VOICES! Medio ambiente. *Centro de Investigaciones Sociales (CIS)*. Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy. ISSN 2618-2173. Noviembre 2018. Recuperado de: <https://www.uade.edu.ar/media/g34lftwj/informe-cis-2018-n-8-medio-ambiente-issn-2618-2173.pdf>
- Código Civil y Comercial de la Nación [CCC]. Ley 191 de 2011. 146. 7 de octubre de 2014 (Argentina).
- Código Civil de la Nación [CC]. Ley 340 de 1869. 33. 29 de septiembre de 1869 (Argentina).
- Conferencia Episcopal Argentina. (1986). *Estatuto de Caritas Argentina*. Recuperado de: <https://caritas.org.ar/ESTATUTO-CARITAS-ARGENTINA.pdf>
- Conferencia Episcopal Argentina (2020) Investigación social sobre opiniones, actitudes, valores y comportamientos en relación a la Iglesia Católica. Recuperado de: <https://episcopado.org/contenidos.php?id=2354&tipo=unica>
- Dart, J. Allen, J. (2000) *Bridging the gap: Religion and the News Media*. First Amendment Center. Recuperado de: <https://www.freedomforuminstitute.org/wpcontent/uploads/2016/10/bridgingthegap.pdf>



De Vedia, M. (2021) Cuidar la vida del prójimo y entregar la propia. *Revista Criterio, Volumen 2481*, pp. 27-29

Di Stefano, R, Zanatta L (2009) Historia de la Iglesia Argentina. Desde la conquista hasta fines del siglo XX, Sudamericana

Educación pública sin injerencia religiosa. Proyecto de Ley. 5200-D-2018.

Recuperado de:

<https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/textoCompleto.jsp?exp=5200-D-2018&tipo=LEY>

Encuesta de la Deuda Social Argentina (EDSA) (2020). *Un rostro detrás de cada número: radiografía de la pobreza en Argentina*. Pontificia

Universidad Católica Argentina. Recuperado de:

<http://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Observatorio%20Deuda%20Social/Presentaciones/2021/2021-Presentacion-CARITAS-ODSA-UN-ROSTRO-DETRAS-DE-CADA-NUMERO.pdf>

Esquivel, JC (2009) Cultura política y poder eclesiástico: encrucijadas para la construcción del Estado laico en Argentina. *Archives de sciences sociales des religions* 54, 146: 41–59.

Filgueira, P. Paternó Manavella, MA, Rave, E. (2021) *Privaciones estructurales en el desarrollo humano. Argentina urbana 2010-2020 bajo el escenario COVID-19. Desigualdades en recursos psicosociales, condiciones*

*sanitarias y representaciones ciudadanas frente al contexto de*

*pandemia*. Documento Estadístico– Barómetro de la Deuda Social

Argentina. Pontificia Universidad Católica Argentina. Recuperado de:

<http://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Observatorio%20Deuda%20Social/Documentos/2021/2021-OBSERVATORIO-DOC-EST-DESARROLLO-HUMANO.pdf>

Francisco (2015) *Carta encíclica Laudato si' del Santo Padre Francisco sobre el cuidado de la casa común*. Recuperado de:

[https://www.vatican.va/content/francesco/es/encyclicals/documents/papa-francesco\\_20150524\\_encyclica-laudato-si.html](https://www.vatican.va/content/francesco/es/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_encyclica-laudato-si.html)

Frigerio, A. (2007) Repensando el monopolio religioso del catolicismo en la Argentina. En M.J. Carozzi y C. Ceriani Cernadas (coord.) *Ciencias sociales y religión en América Latina: Perspectivas en debate*. Biblos, Buenos Aires.

Frigerio, A. (2018) ¿Por qué no podemos ver la diversidad religiosa?: Cuestionando el paradigma católico-céntrico en el estudio de la religión en Latinoamérica. *Cultura y representaciones sociales. Volumen 12.24*. pp: 51-95.co

Fundación Pilares. (2020). Anuario 2019. Recuperado de: [https://76a70b73-5055-4dab-b9d0-260e7625cbaf.filesusr.com/ugd/a74e79\\_fba956a0982d45b0856ed69b6325b5e2.pdf](https://76a70b73-5055-4dab-b9d0-260e7625cbaf.filesusr.com/ugd/a74e79_fba956a0982d45b0856ed69b6325b5e2.pdf)

Fundación Tzedaká (2019) *Memoria y Estados Contables correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2018*. Recuperado de: [https://tzedaka.org.ar/wp-content/uploads/2019/07/Memoria\\_y\\_Balance\\_2018.pdf](https://tzedaka.org.ar/wp-content/uploads/2019/07/Memoria_y_Balance_2018.pdf)

García Bossio, M. P. (3 de abril de 2018). El debate sobre las asignaciones a los obispos católicos: Leyes y posiciones en pugna. DIVERSA. Recuperado de: <http://www.diversidadreligiosa.com.ar/blog/3645-2/>

Han, B. C. (2012) *La sociedad de la transparencia*. Herder

INDEC (2018). Tecnologías de la información y la comunicación. Informes técnicos. Recuperado de: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-26-71>

Juan Pablo II. (2005) *El rápido desarrollo*. Carta apostólica a los responsables de las comunicaciones sociales. Recuperado de:  
[https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost\\_letters/2005/documents/hf\\_jp-ii\\_apl\\_20050124\\_il-rapido-sviluppo.pdf](https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/2005/documents/hf_jp-ii_apl_20050124_il-rapido-sviluppo.pdf)

Ley 18.575 de 1970. Desarrollo e integración. Se delimitan las zonas de frontera que serán objeto de promoción para el arraigo de la población. 30 de enero de 1970. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/37912/norma.htm>

Ley 21.950 de 1979. Por la cual se otorga subsidios a la jerarquía eclesiástica. 7 de marzo de 1979. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/196543/norma.htm>

Ley 22.162 de 1980. Por la cual se establece una asignación mensual al culto Católico a párrocos o vicarios en zonas de frontera. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/196334/norma.htm>

Ley 22.950 de 1983. Por la cual se asigna a los obispos una asignación para los argentinos que estudian en el Seminario Mayor. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=196519>

Ley 24.430 de 1994. Por la cual se ordena la publicación del texto oficial de la Constitución Nacional (sancionada en 1853 con las reformas de los años 1860, 1866, 1898, 1957 y 1994). 3 de enero de 1995. Recuperado de:  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/804/norma.htm>

Ley 26.939 de 2014. Por la cual se aprueba el Digesto Jurídico Argentino. 16 de junio de 2014. Recuperado de: [http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-nacional-26939-aprobacion\\_digesto\\_juridico\\_argentino.htm](http://www.saij.gob.ar/legislacion/ley-nacional-26939-aprobacion_digesto_juridico_argentino.htm)

Ley 27.431 de 2017. Por la cual se establece el presupuesto nacional para el año 2018. 2 de enero de 2018. Recuperado de: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/176942/20180102?busqueda=1>

Mendizábal, I. (2012) *Relación Estado – Iglesia en la Argentina: Aportes para el análisis y la discusión en el marco de una perspectiva constitucional. Tesis de Grado*. Universidad de San Andrés.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. (2018). *Cuenta de Inversión 2018*. Recuperado de: <https://www.economia.gob.ar/hacienda/cgn/cuenta/2018/tomoi/jur35.htm>

Moyano Estrada, E. (2018) Un ensayo sobre la *Laudato si'* y su contribución a la conciencia ambiental. *Revista de Fomento social, Volumen 73.3.4*, 441-456

Pabón de Urbina, J. M. ([1967] 2001) *Diccionario Manual Griego Vox*. Cremagrafic

Pariser, E. (2011) *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You*. Penguin Press.

Peiró, c. (4 de octubre de 2015). Los secretos detrás de @Pontifex, la cuenta de Twitter del papa Francisco. *Infobae*. Recuperado de: <https://www.infobae.com/2015/10/04/1759960-los-secretos-detras-pontifex-la-cuenta-twitter-del-papa-francisco/>

Pittaro, E. (2012) *La religión en la información: Benedicto XVI en la prensa argentina de referencia* [Tesis de doctorado, CEU Universidad San Pablo]. Repositorio institucional – Universidad CEU San Pablo.

Proyecto de ley. Privilegios de la Iglesia Católica. Modificación del Código Civil y derogación de las leyes 17032, 21540, 21950, 22162, 22430, 22552 y 22950 y los Decretos 1991 y 2322. Recuperado de:  
<https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=0901-D-2018>

Rodríguez Espínola, S. y Filgueira, P. (2021) *Condiciones afectivo-emocionales en clave de pandemia*. Observatorio de la Deuda Social Argentina. Pontificia Universidad Católica Argentina. Recuperado de:  
<http://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Observatorio%20Deuda%20Social/Presentaciones/2021/2021-OBSERVATORIO-PRESENTACION-ODSA-SEMINARIO-12-8.pdf.pdf>

Ruiz Núñez, H. (1990), *La cara oculta de la Iglesia*. Ediciones de la Urraca.

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable. (2018). *Informe del estado del ambiente 2018*. Recuperado de:  
<https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informedelambiente2018.pdf>

Spadaro, A. (2012) *Ciberteología. Pensar el cristianismo en tiempos de la red*. Publicado originalmente como *Cyberteologia. Pensare il cristianesimo al tempo della rete*. Herder.

Suárez, AL y Olszanowski, M. (2020). *Informe: Evolución del campo católico en Argentina 1960-2020*. Universidad Católica Argentina. Recuperado de:  
<http://wadmin.uca.edu.ar/public/ckeditor/Facultad%20de%20Ciencias%20Sociales/PDF/investigacion/Informe-Evolucion-del-campo-catolico-en-Argentina.pdf>

Turkle, S. (2011) *Alone Together. Why We expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.

Un Techo Para Argentina Asociación Civil. (2018). Memoria y estados contables correspondientes al ejercicio económico terminado el 31 de diciembre de 2018. Recuperado de: <https://www.techo.org/argentina/wp-content/uploads/sites/3/2019/07/Balance-2018-TECHO-ARG.pdf>

Voices! (2020). *Vínculo Sociedad – Iglesia. Sensibilidad para donar. Preparado especialmente para la Comisión Episcopal para el Sostentimiento de la Acción Evangelizadora de la Iglesia*

Zanotti, G. (2013) La llamada objetividad de los medios de comunicación y sus paradójicas consecuencias para la veracidad. *Austral Comunicación, Volumen 2.1*, 27-42.

### **Artículos periodísticos**

Dado el limitado alcance del presente trabajo, hemos decidido limitar el rango de fechas de los artículos periodísticos tomando como última fecha posible el 30 de abril de 2020. A excepción de tres artículos que se incorporan, para considerar la evolución del uso de redes sociales.

Acosta Rainis, F. (18 de agosto de 2018) Apostasía colectiva: cientos de bautizados renuncian a la Iglesia Católica. *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/sociedad/apostasia-colectiva-iglesia-nid2163705/>

Alaniz, R. (25 de noviembre de 2018). G-20: La oportunidad para entrar al siglo XXI. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/g-20-la-oportunidad-para-entrar-al-siglo-xxi-nid2196055/>

Alfaro, L. (8 de octubre de 2019). Le ley impactará en las instituciones religiosas, distintas de la Iglesia católica. *El Tribuno*.

<https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2019-10-8-1-3-0--la-ley-impactara-en-las-instituciones-religiosas-distintas-a-la-iglesia-catolica>

Alvino (15 de abril de 2021) Estadísticas de la situación digital de Argentina en el 2020-2021. Recuperado de: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-argentina-en-el-2020-2021/>

Arrepentidos, detenidos y revelaciones: todo lo que hay que saber sobre los cuadernos (1 de agosto de 2018) *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/politica/todo-lo-que-hay-que-saber-sobre-los-cuadernos-de-las-coimas-nid2158276/>

Bajar, S. (24 de marzo de 2020) Financiamiento de la Iglesia: los decretos de la dictadura que siguen vigentes. *La Izquierda Diario*.  
<http://www.laizquierdadiario.com/Financiamiento-de-la-Iglesia-los-aportes-de-la-dictadura-que-siguen-vigentes>

Braslavsky, G. (23 de febrero de 2018) Macri dio luz verde para que se abra el debate sobre el aborto en el Congreso. *Clarín*.  
[https://www.clarin.com/politica/macri-dio-luz-verde-abra-debate-aborto-congreso\\_0\\_SJngdC3Pz.html](https://www.clarin.com/politica/macri-dio-luz-verde-abra-debate-aborto-congreso_0_SJngdC3Pz.html)

Colombo, S. (14 de marzo de 2018). El Gobierno informó que destina más de \$130 millones por año en mantener a los obispos. *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/politica/el-gobierno-gasta-mas-de-130-millones-por-ano-en-mantener-a-los-obispos-nid2116926>

Consejo de Redacción (2019) Un 'nuevo paradigma' en las relaciones Iglesia-Estado, en: *Criterio Digital, Volumen 2456*. Recuperado de:  
[https://www.revistacriterio.com.ar/bloginst\\_new/2019/03/28/un-nuevo-paradigma-en-las-relaciones-iglesia-estado/](https://www.revistacriterio.com.ar/bloginst_new/2019/03/28/un-nuevo-paradigma-en-las-relaciones-iglesia-estado/)



Cosoy, N. (22 de enero de 2019) Religión y jóvenes: Argentina en el debate por el aborto (2/4). *France 24*. <https://www.france24.com/es/20190122-religion-jovenes-argentina-aborto-iglesia>

Banco Mundial (2020) *Personas que usan Internet*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?end=2017&locations=AR&start=2016>

De Vedia, M. (22 de agosto de 2018). La Iglesia y el Gobierno trabajan para reducir gradualmente el aporte del Estado. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-iglesia-gobierno-trabajan-reducir-gradualmente-aporte-nid2164775/>

De Vedia, M. (23 de octubre de 2018). Tras la polémica, la Iglesia intentó despegar al Papa del respaldo a Moyano. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/tras-la-polemica-la-iglesia-intento-despegar-al-papa-del-respaldo-a-moyano-nid2184305/>

De Vedia, M. (24 de octubre de 2018). Los obispos intentan un acercamiento al Gobierno para reducir la tensión. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/sin-titulo-nid2184627/>

De Vedia, M. (10 de noviembre de 2018). La Iglesia acepta el reemplazo gradual de los aportes del Estado. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-iglesia-acepta-reemplazo-gradual-aportes-del-nid2190085/>

Debate sobre los sueldos de los obispos: cuánto le cuesta al Estado mantener al culto católico. (14 de marzo de 2018). *Infobae*. <https://www.infobae.com/politica/2018/03/14/debate-sobre-los-sueldos-de-los-obispos-cuanto-le-cuesta-al-estado-mantener-al-culto-catolico/>

Diputados: comienzan las audiencias por la separación de la Iglesia del Estado. (6 de septiembre de 2018). Recuperado de:

[https://diputadosbsas.com.ar/nota/3396/diputados\\_comienzan\\_las\\_audie  
ncias\\_por\\_la\\_separacion\\_de\\_la\\_iglesia\\_del\\_estado/](https://diputadosbsas.com.ar/nota/3396/diputados_comienzan_las_audie<br/>ncias_por_la_separacion_de_la_iglesia_del_estado/)

Donato, N. (21 de marzo de 2019) En el último trimestre de 2018 el desempleo alcanzó el 9,1% y ya afecta a 1.752.000 de argentinos. *Infobae*.  
<https://www.infobae.com/economia/2019/03/21/en-el-ultimo-trimestre-de-2018-el-desempleo-alcanzo-el-91-y-afecta-a-1-752-000-de-argentinos/>

Duarte, F. (9 de septiembre de 2019). Los países en los que la gente pasa más tiempo en las redes sociales (y los líderes en América Latina). *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49634612>

El Estado nacional transfiere \$167 millones a la Iglesia para sostener el culto católico. (14 de diciembre de 2017). *Chequeado*.  
<https://chequeado.com/hilando-fino/el-estado-nacional-transfiere-167-millones-a-la-iglesia-para-sostener-el-culto-catolico/>

El debate sobre el financiamiento del Estado a la Iglesia Católica: los datos y las voces. (15 de marzo de 2018). *Télam*.  
<https://www.telam.com.ar/notas/201803/260241-iglesia-catolica-financiamiento-estado-debate.html>

El sostenimiento del culto. (4 de noviembre de 2018) *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/opinion/el-sostenimiento-del-culto-nid2188287>

En la misa de Moyano, la Iglesia pidió cambiar el modelo económico (20 de octubre de 2018). *Clarín*. [https://www.clarin.com/politica/moyano-sindicatos-duros-lujan-encabezar-misa-pan-trabajo\\_0\\_LybWqky6Z.html](https://www.clarin.com/politica/moyano-sindicatos-duros-lujan-encabezar-misa-pan-trabajo_0_LybWqky6Z.html)

Esquivel, JC. (17 de marzo de 2018). El sostenimiento estatal a la Iglesia Católica. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/102100-el-sostenimiento-estatal-a-la-iglesia-catolica>

Explosión solidaria con los damnificados por la inundación. (24 de mayo de 2003). *Clarín*. [https://www.clarin.com/sociedad/donaciones-record-santa-fe\\_0\\_Bkee7vZgRkI.html](https://www.clarin.com/sociedad/donaciones-record-santa-fe_0_Bkee7vZgRkI.html)

Fretes, E. (19 de abril de 2018). Relación histórica entre Iglesia y Estado en la Argentina: ¿quién sostiene a quién?. *Los Andes*.  
<https://www.losandes.com.ar/article/view?slug=relacion-historica-entre-iglesia-y-estado-en-la-argentina-quien-sostiene-a-quien>

Giacometti, M. (5 de septiembre de 2018) Iglesia y Estado, asuntos separados: en el Congreso ya hay nueve proyectos en danza. *Ámbito*.  
<https://www.ambito.com/politica/iglesia-y-estado-asuntos-separados-el-congreso-ya-hay-nueve-proyectos-danza-n4032895>

Giménez Béliveau, V. (6 de agosto de 2018) Frente a movilización masiva para el aborto legal en Argentina, la Iglesia católica modera su tono. *The Conversation*. <https://theconversation.com/frente-a-movilizacion-masiva-para-el-aborto-legal-en-argentina-la-iglesia-catolica-modera-su-tono-100810>

González, E. (15 de enero de 2019). Argentina registra en 2018 una inflación del 47,6%, la más alta en 27 años. *El País*.  
[https://elpais.com/internacional/2019/01/15/argentina/1547578125\\_658156.html](https://elpais.com/internacional/2019/01/15/argentina/1547578125_658156.html)

González, S. (15 de agosto de 2018) La Iglesia y las ONG. *La Prensa*.  
<http://www.laprensa.com.ar/467313-La-Iglesia-y-las-ONG.note.aspx>

Iglesia reacciona a media sanción del aborto legal en Argentina (15 de junio de 2018). *TeleSurTV.net*. <https://www.telesurtv.net/news/iglesia-catolica-argentina-rechaza-aprobacion-aborto-20180615-0022.html>

La Iglesia niega apostasías colectivas y asegura que el bautismo “no se puede borrar” (5 de noviembre de 2018). *La Nación*.

<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/la-iglesia-niega-apostasias-colectivas-asegura-bautismo-nid2188782/>

Larrea, A. (8 de agosto de 2018). Qué significan y qué piden los pañuelos naranjas que pueblan la movilización por el aborto legal. *Infobae*.  
<https://www.infobae.com/sociedad/2018/08/08/que-significan-y-que-piden-los-panuelos-naranjas-que-pueblan-la-marcha-por-el-aborto-legal/>

Los argentinos pasamos 8 horas al día conectados, según un nuevo informe (18 de febrero de 2019). *Periodismo.com*.  
<https://www.periodismo.com/2019/02/18/los-argentinos-pasamos-8-horas-al-dia-conectados-segun-un-nuevo-informe/>

Motta, G. (24 de marzo de 2018). Estado y religión: el debate. *Perfil*.  
<https://www.perfil.com/noticias/columnistas/estado-y-religion-el-debate.phtml>

Moyano encabeza una celebración en Luján por "Pan, Paz y Trabajo". (20 de octubre de 2018). *Télam*.  
<https://www.telam.com.ar/notas/201810/299262-moyano-encabeza-manana-una-marcha-a-lujan-por-pan-paz-y-trabajo.html>

Moyano y sindicalistas encabezaron movilización a la Basílica de Luján. (20 de octubre de 2018). *El Cronista*. <https://www.cronista.com/economia-politica/Moyano-y-sindicalistas-encabezaron-movilizacion-a-la-Basilica-de-Lujan-20181020-0003.html>

Nota de Opinión (24 de octubre de 2018) La Iglesia no debe apoyar a imputados de corrupción. *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/opinion/la-iglesia-no-debe-apoyar-a-imputados-de-corrupcion-nid2184593/>

Peiró, C. (3 de marzo de 2020). La Iglesia Católica hizo un estudio para medir la disposición de los fieles a financiar sus obras. *Infobae*.

<https://www.infobae.com/sociedad/2020/03/03/la-iglesia-catolica-hizo-un-estudio-para-medir-la-disposicion-de-los-fieles-a-financiar-sus-obras/>

Polémica por la misa con Moyano en Luján: Esteban Bullrich cuestionó la "protección de los corruptos". (23 de octubre de 2018). *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/politica/polemica-misa-moyano-lujan-esteban-bullrich-cuestiono-nid2184393/>

Porcentaje de usuarios de algunas redes sociales en Argentina en 2022.  
<https://es.statista.com/estadisticas/1218938/argentina-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

Rivas Molina, F. (9 de agosto de 2018) El Senado de Argentina dice 'no' al aborto y deja al país con una ley de 1921. *El País*.  
[https://elpais.com/internacional/2018/08/08/argentina/1533714679\\_728325.html](https://elpais.com/internacional/2018/08/08/argentina/1533714679_728325.html)

Rosemberg, J. (29 de octubre de 2018) Avanza un acuerdo para eliminar el aporte del Estado a los obispos. *La Nación*.  
<https://www.lanacion.com.ar/politica/avanza-un-acuerdo-para-eliminar-el-aporte-del-estado-a-los-obispos-nid2186274/>

Rubín, S. (12 de agosto de 2018) Por qué no queda mucho por hacer en la 'separación' entre Iglesia y Estado. *TN*. [https://tn.com.ar/opinion/por-que-no-queda-mucho-por-hacer-en-la-separacion-entre-iglesia-y-estado\\_889397](https://tn.com.ar/opinion/por-que-no-queda-mucho-por-hacer-en-la-separacion-entre-iglesia-y-estado_889397)

Rubín, S. (3 de marzo de 2020). La Iglesia explora nuevas formas de financiamiento sin el aporte estatal. *Clarín*.  
[https://www.clarin.com/politica/iglesia-explora-nuevas-formas-financiamiento-aporte-estatal\\_0\\_rPrq7P15.html](https://www.clarin.com/politica/iglesia-explora-nuevas-formas-financiamiento-aporte-estatal_0_rPrq7P15.html)

- Schamis, H. (11 de agosto de 2018) Aborto, religión y democracia. *El País*.  
[https://elpais.com/internacional/2018/08/11/america/1534020953\\_621859.html](https://elpais.com/internacional/2018/08/11/america/1534020953_621859.html)
- Serafini, H. (10 de noviembre de 2018) La Iglesia decidió dejar de recibir aportes del Estado. *La Voz*. <https://www.lavoz.com.ar/politica/iglesia-decidio-dejar-de-recibir-aportes-del-estado>
- Sorpresa: Marcos Peña tuvo que responder cuánto ganan los obispos. (14 de marzo de 2018). *Clarín*. [https://www.clarin.com/politica/sorpresa-marcos-pena-responder-ganan-obispos\\_0\\_BJXcvq8Yz.html](https://www.clarin.com/politica/sorpresa-marcos-pena-responder-ganan-obispos_0_BJXcvq8Yz.html)
- Tomás A. (14 de agosto de 2018) Gobierno e Iglesia estudian cambios en el pago estatal de salarios eclesiásticos. *Perfil*.  
<https://www.perfil.com/noticias/politica/el-gobierno-y-la-iglesia-estudian-cambios-en-el-pago-estatal-de-salarios-eclesiasticos.phtml>
- Tufani, A. (4 de marzo de 2020) Argentina: Encuesta revela una baja propensión al sostenimiento de la Iglesia. *Vatican News*.  
<https://www.vaticannews.va/es/iglesia/news/2020-03/argentina-encuesta-revela-baja-propension-de-catolicos-iglesia.html>
- Unidiversidad (30 de junio de 2021) Cuánto tiempo pasamos en las redes sociales y qué plataformas preferimos.  
<https://www.unidiversidad.com.ar/cuanto-tiempo-pasamos-en-las-redes-sociales-y-que-plataformas-preferimos>
- Vargas, G. (27 de agosto de 2018) Episcopado argentino renunciará de forma gradual al aporte del Estado. *Aciprensa*.  
<https://www.aciprensa.com/noticias/episcopado-argentino-renunciara-de-forma-gradual-del-aporte-del-estado-94708>

Wall, C. Masiva respuesta solidaria por los inundados en Santa Fe. (20 de junio de 2003). *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/masiva-respuesta-solidaria-por-los-inundados-en-santa-fe-nid504981/>

Zorrilla, M. (5 de marzo de 2020) Confirmado: La Iglesia ya no dependerá de los aportes del Estado. *Minuto Neuquén*.  
<https://www.minutoneuquen.com/nacionales/2020/3/5/confirmado-la-iglesia-ya-no-dependera-de-los-aportes-del-estado-193325.html>

### **Documentos internos de Cáritas Nacional no publicados**

Cáritas Argentina Comisión Nacional. (2018). Presupuesto a diciembre 2018.

Lagos, I. (2020) Benchmark de comunicación para *Cáritas Argentina Comisión Nacional*.





## Anexo I: Encuesta de Voices!

### INFORME DE RESULTADOS Vínculo Sociedad-Iglesia Sensibilidad para donar

Preparado especialmente para la  
Comisión Episcopal para el Sostenimiento de la  
Acción Evangelizadora de la Iglesia

Presentación Marzo 3/2020



1



## OBJETIVO

**Estudiar con método los componentes, dimensiones e intensidad del vínculo Iglesia-Sociedad como paso esencial para la gestión de donaciones.**

Para ello, se realizó un **estudio cuali-cuantitativo**.



Base: Estudio Voices! total país

3



## FICHA TÉCNICA: ESTUDIO CUANTITATIVO

<b>FECHA DE TRABAJO DE CAMPO</b>	13 de septiembre al 6 de octubre
<b>MUESTRA</b>	2790 casos
<b>COBERTURA GEOGRÁFICA</b>	Área Metropolitana (Capital Federal y Partidos del Conurbano), Pampeana, Noreste argentino (NEA), Noroeste Argentino (NOA), Cuyo y Patagonia.
<b>MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Encuestas online con reclutamiento a través de redes sociales.
<b>UNIVERSO/ TARGET</b>	Hombres y mujeres mayores de 16 años residentes en todo el país.
<b>ERROR MUESTRAL</b>	+ 2,6% sobre los totales, con un nivel de confianza del 95%



Base: Estudio Voices! total país

5

## FICHA TÉCNICA: ESTUDIO CUALITATIVO

<b>FECHA DE TRABAJO DE CAMPO</b>	Septiembre de 2019
<b>MUESTRA</b>	28 grupos Integrados por 7-8 participantes cada uno segmentados por nivel (C1C2 y C3D1) y edad (18 a 35 y 36+)
<b>COBERTURA GEOGRÁFICA</b>	CABA, GBA, Córdoba, Corrientes, Neuquén, Salta y Mendoza
<b>MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	Focus Groups
<b>UNIVERSO/ TARGET</b>	Población general, que se autodefina como religiosa y de religión católica con distintos niveles de participación



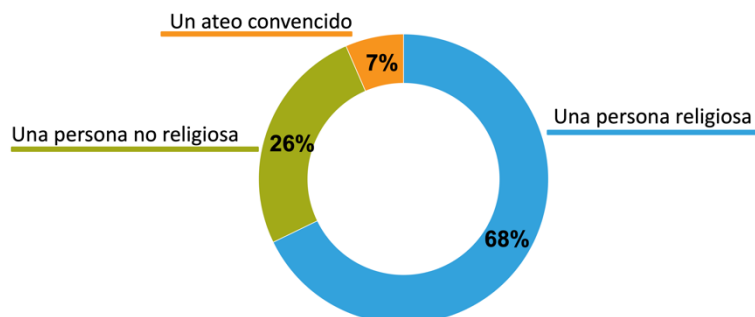
Base: Estudio Voices! total país

6



7 DE CADA 10 ARGENTINOS SE CONSIDERAN PERSONAS RELIGIOSAS.

*Independientemente de que Ud. vaya a la Iglesia o no. Ud. diría que es...?*

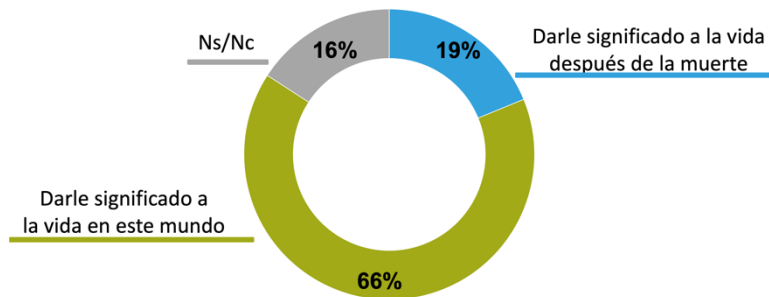


Base: Estudio Voices! total país

8

**7 DE CADA 10 ARGENTINOS CREEN QUE EL SENTIDO BÁSICO DE LA RELIGIÓN ES DARLE SIGNIFICADO A LA VIDA EN ESTE MUNDO.**

¿Cuál considera que es el sentido básico de la religión?: (RU)

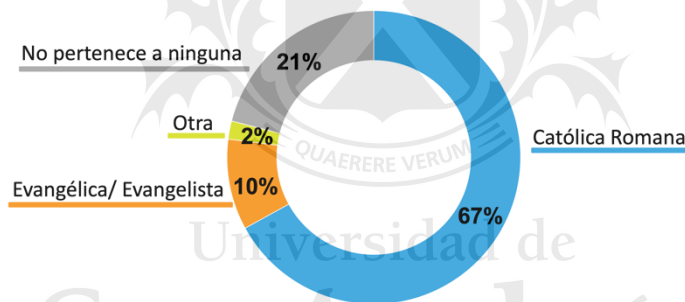


Base: Estudio Voices! total país

9

**CASI 7 DE CADA 10 ARGENTINOS DECLARAN SER CATÓLICOS, 1 DE CADA 10 EVANGÉLICOS Y 2 DE CADA 10 DECLARAN NO PERTENECER A NINGUNA RELIGIÓN.**

¿Pertenece Ud. o no a alguna religión?

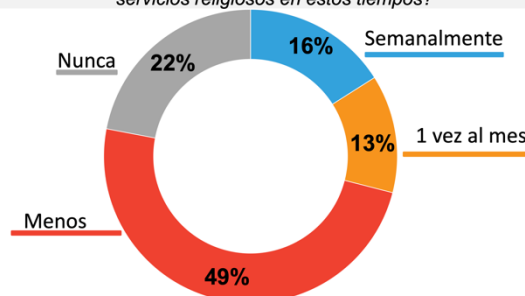


Base: Estudio Voices! total país

10

**3 DE CADA 10 CATÓLICOS DECLARAN ASISTIR REGULARMENTE A UN SERVICIO RELIGIOSO, 5 DE CADA 10 MENOS FRECUENTEMENTE Y OTROS 2 DE CADA 10 NUNCA**

Los que se declaran católicos, dejando de lado bodas y funerales, ¿con qué frecuencia va Ud. a servicios religiosos en estos tiempos?

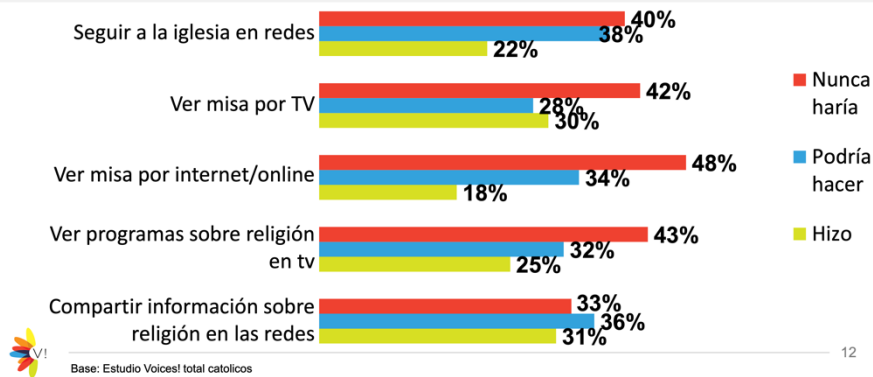


Base: Estudio Voices! total catolicos

11

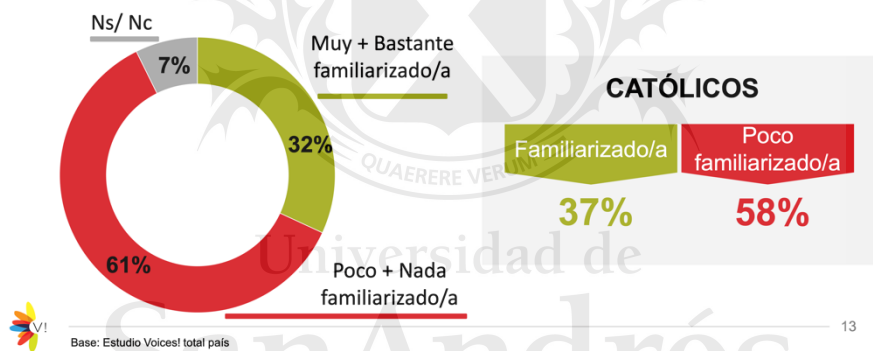
## LA MITAD DE LOS CATÓLICOS SE MUESTRA ABIERTO AL USO DE TV/ INTERNET CON FINES RELIGIOSOS

Para cada una de las siguientes cosas me gustaría que me dijera si las hizo, podría hacerlas o no las haría nunca...



## 6 DE CADA 10 ARGENTINOS NO ESTÁN FAMILIARIZADOS CON EL TRABAJO QUE REALIZA LA IGLESIA EN LA ARGENTINA, TAMPOCO LOS PROPIOS CATÓLICOS.

¿Cuán familiarizado/a diría que está Ud. con el trabajo que realiza la Iglesia en la Argentina?



## LA IGLESIA TIENDE A SER PERCIBIDA EN DOS DIMENSIONES: COMO PARROQUIA/ IGLESIA DEL BARRIO Y COMO INSTITUCIÓN ECLESIASTICA

### COMO PARROQUIA

(LUGAR FÍSICO + CONGREGACIÓN DE FIELES)

- Lugar de **encuentro con Dios**, sentimiento de **pertenencia**, **contención emocional** / **ayuda espiritual**, **recuerdos** y **vivencias**
- El **vínculo** tiende a ser más **cercano/ afectivo** (aunque depende de las experiencias vividas)

### COMO INSTITUCIÓN

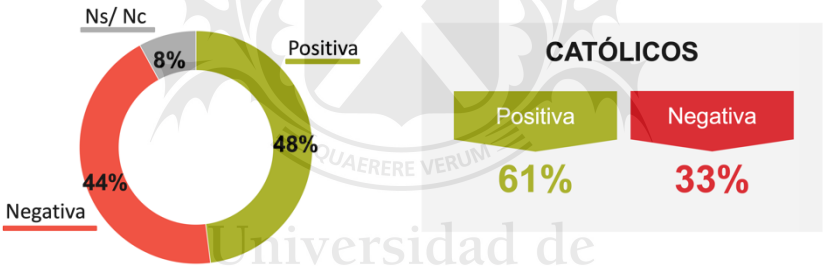
- Institución social** importante, **representación de Dios** en la tierra, **jerarquías**, inculca **valores**
- El **vínculo** tiende a ser más **lejano**, de **respeto** o cierto **rechazo**



15

**IMAGEN: EXISTEN OPINIONES DIVIDIDAS ENTRE LOS ARGENTINOS ACERCA DE LA IGLESIA CATÓLICA**

¿Cuál es la imagen general que Ud. tiene de la Iglesia Católica..?

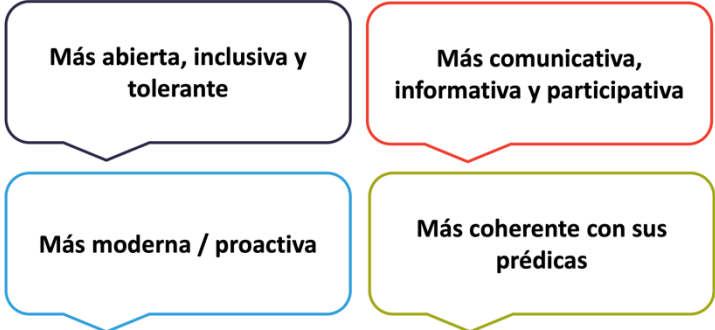


Base: Estudio Voices! total país

16

**LA IGLESIA IDEAL: ¿CÓMO DEBERÍA SER?**

Tiende a haber acuerdo en todas las plazas: se desea que la Iglesia encarne los valores humanos que la religión católica promueva: unión, amor, compasión, humildad

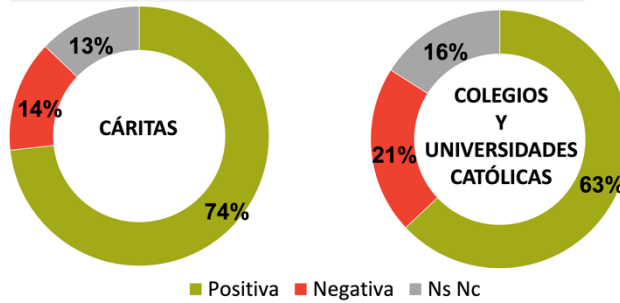


Grupos focales entre católicos

17

LA MAYORÍA DE LOS ARGENTINOS TIENE UNA BUENA IMAGEN DE CÁRITAS Y DE LOS COLEGIOS Y UNIVERSIDADES CATÓLICAS.

Ahora le voy a pedir que me indique su imagen general sobre...



■ Positiva ■ Negativa ■ Ns Nc

Entre católicos, Caritas es valorada por su función asistencial, de ayuda a los necesitados



18

LAS FUNCIONES DE LA IGLESIA SEGÚN LOS CATÓLICOS

Existe acuerdo acerca de las principales funciones de la Iglesia

PREDICAR Y EVANGELIZAR	EDUCAR Y GUIAR	BRINDAR CONTENCIÓN ESPIRITUAL Y EMOCIONAL	BRINDAR AYUDA MATERIAL
Mayor salida y apertura al exterior y captación de fieles	Adaptarse a los cambios sociales y valores de época	Ser más abierta e inclusiva, contenedora y participativa	Mayor comunicación de sus acciones y transparencia

Las funciones son correctas, se tiende a demandar cambios en la forma de implementarlas

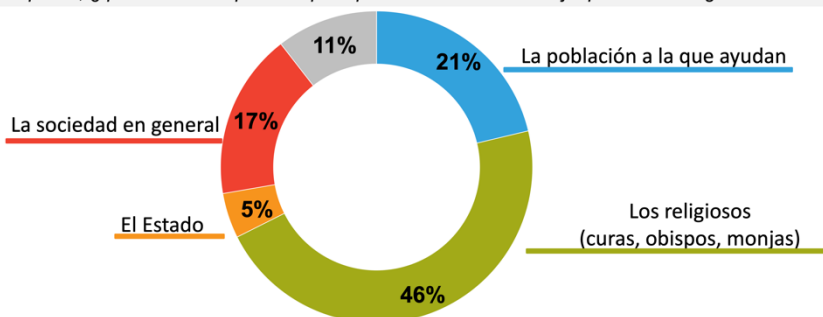


Grupos focales entre católicos

19

CASI 5 DE CADA 10 ARGENTINOS PIENSAN QUE LOS PRINCIPALES BENEFICIARIOS DEL TRABAJO DE LA IGLESIA SON LOS RELIGIOSOS (CURAS, OBISPOS, MONJAS).

En su opinión, ¿quién diría Ud. que es el principal beneficiario del trabajo que realiza la Iglesia Católica?



Base: Estudio Voces! total país

20



LA MAYORÍA CREE QUE LA IGLESIA NO EXPERIMENTÓ CAMBIOS O QUE ESTOS SON INSUFICIENTES

**EL NO CAMBIO EN UN MUNDO QUE CAMBIA QUE ES CONSIDERADO NEGATIVO**

- Visión dogmática
- Misas tradicionales
- Denuncias de abusos de los curas
- Escasa salida

**LOS QUE PERCIBEN CAMBIOS POSITIVOS**

- Papa Francisco
- Parroquia / cura en particular
- Mayor aceptación del divorcio, diversidad sexual



DESAFÍOS QUE ENFRENTA LA IGLESIA HOY

Los **desafíos** son comunes a todas las plazas relevadas

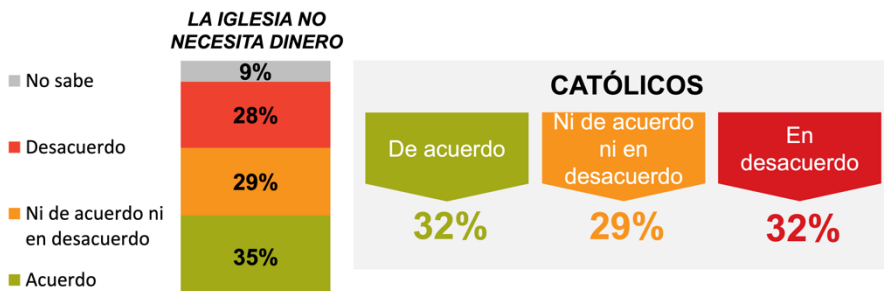
ACTUALIZARSE	MEJORAR SU IMAGEN	ACERCARSE	CONTENER
Adaptarse a los cambios sociales y culturales Estilo de las misas	Recuperar la confianza y credibilidad	Acercarse más a los fieles	Mayor contención de los sectores vulnerables



**COMO SE FINANCIA LA IGLESIA**

## LA IGLESIA CATÓLICA ARGENTINA NECESITA DINERO

¿Cuán de acuerdo o desacuerdo esta Ud. con las distintas frases respecto a la Iglesia Católica Argentina? ¿Diría que está muy de acuerdo, bastante de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, bastante en desacuerdo o muy en desacuerdo?

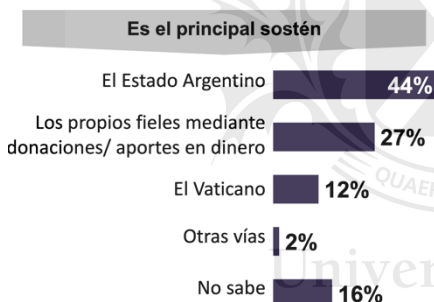


Base: Estudio Voces! total país

24

## PARA LOS ARGENTINOS, EL ESTADO Y LOS PROPIOS FIELES SON QUIENES SOSTIENEN A LA IGLESIA.

¿Y cuál cree que es su sostén principal?



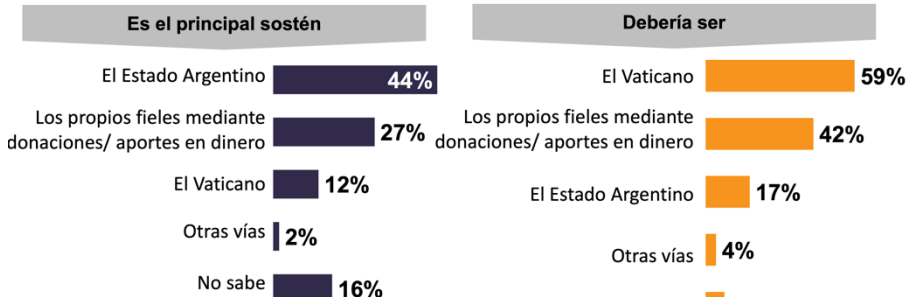
Base: Estudio Voces! total país

25

## PARA LOS ARGENTINOS, EL ESTADO Y LOS PROPIOS FIELES SON QUIENES SOSTIENEN A LA IGLESIA.

¿Y cuál cree que es su sostén principal?

¿Y quién/es deberían ser los principales responsables de sostener a la Iglesia Católica en Argentina?



Base: Estudio Voces! total país

26

NO EXISTE UN CONOCIMIENTO UNÍVOCO DE CÓMO SE SOLVENTA LA IGLESIA, NI ES UNA INQUIETUD PRESENTE EN LOS FIELES

SUBSIDIO DEL ESTADO	APORTES DE LOS FIELES	LA IGLESIA GENERA SUS INGRESOS	EL VATICANO ENVÍA DINERO (Min)
Se cree que la mayor parte la subsidia el estado, por ser un país Católico, consignado en la Constitución	Recibe <b>grandes donaciones de empresas/ personas</b>	Genera ingresos mediante <b>servicios que se cobran</b> : casamientos, bautismo, venta de santos, etc.	Algunos pocos creen que el Vaticano envía <b>dinero</b>

La tendencia es creer que la Iglesia tiene dinero, **no que lo necesita**, excepto los que tienen vínculos más cercanos con parroquias y colaboran con ellas



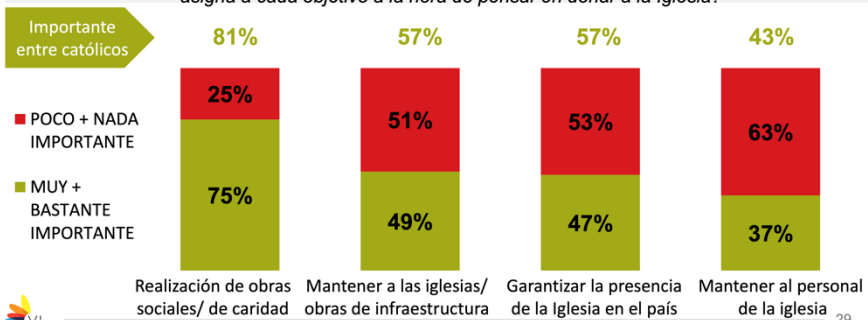
Grupos focales entre católicos

27



PARA LA MAYORÍA DE LOS ARGENTINOS LA REALIZACIÓN DE OBRAS DE CARIDAD ES EL OBJETIVO MÁS IMPORTANTE A LA HORA DE DONAR DINERO A LA IGLESIA

La gente dona dinero a las Iglesias con distintos objetivos, ¿Cuál es el nivel de importancia que Ud. le asigna a cada objetivo a la hora de pensar en donar a la Iglesia?

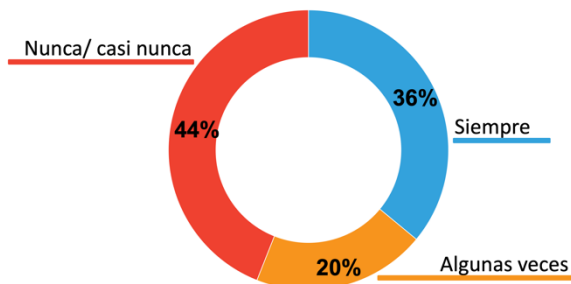


Base: Estudio Voices! total país

29

## CERCA DE 4 DE CADA 10 CATÓLICOS DECLARAN CONTRIBUIR CON REGULARIDAD EN LAS COLECTAS

Pensando en las colectas que se hacen en los servicios religiosos ¿Con qué frecuencia diría Ud. que contribuye en esas colectas?

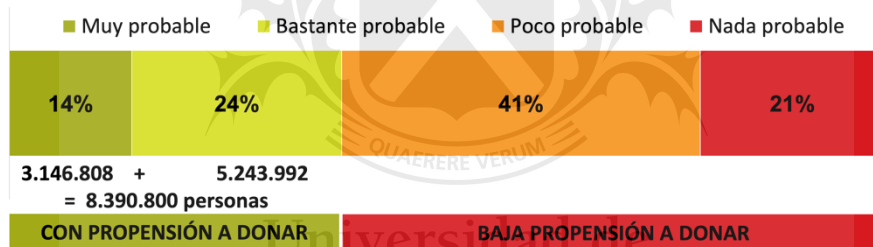


Base: Estudio Voices! Católicos mayores del 16 años. total país

30

## 4 DE CADA 10 CATÓLICOS DECLARARON QUE DONARÍAN DINERO A LA IGLESIA CATÓLICA PARA EL MANTENIMIENTO DE LA INSTITUCIÓN

Si la Iglesia Católica requiriera una donación a sus fieles para su mantenimiento como institución ¿Cuan probable o no es que Ud. done dinero a la Iglesia?

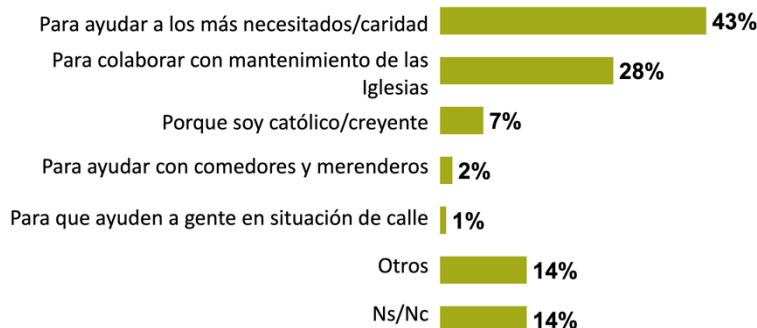


Base: Estudio Voices! Católicos mayores de 16 años. Total país

31

## PORQUÉ LOS ARGENTINOS DONARÍAN A LA IGLESIA CATÓLICA

¿Por qué razón Ud. donaría dinero a la Iglesia?



Base: Estudio Voices! católicos+ 16 años total país que dijeron que es muy o bastante probable que donen a la Iglesia Católica

32

## PORQUÉ LOS ARGENTINOS NO DONARÍAN A LA IGLESIA CATÓLICA

¿Por qué razón Ud. no donaría dinero a la Iglesia?

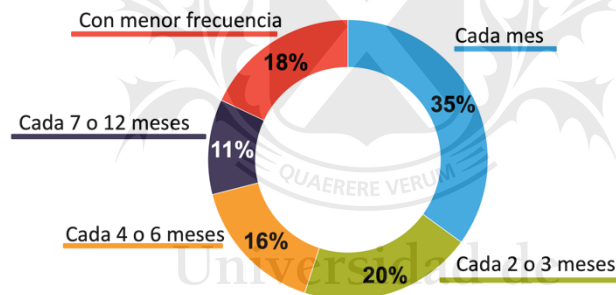


Base: Estudio Voices! católicos+ 16 años total país que dijeron que es muy o bastante probable que donen a la Iglesia Católica

33

## ENTRE QUIENES DONARÍAN A LA IGLESIA CATÓLICA PARA SU MANTENIMIENTO, LO HARÍAN EN PROMEDIO CADA DOS MESES

¿Con que frecuencia donaría Ud. a la Iglesia Católica para su mantenimiento?



Base: Estudio Voices! católicos+ 16 años total país que dijeron que es muy o bastante probable que donen a la Iglesia Católica

34

**EVALUACIÓN DE  
CONCEPTOS EN  
FOCUS GROUPS**



### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>

- Alta auto ubicación de los argentinos como católicos
- A pesar de que hay críticas a su performance en temas de ayuda social, existe una percepción de que la Iglesia trabaja los temas sociales que más preocupan y en los públicos más necesitados (adecuación de temas)
- Fieles concurrentes, jóvenes católicos y de 35 a 49 años es el perfil más propenso a donar dinero a la Iglesia y especialmente en NEA



### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Mala imagen de la Iglesia en sectores de la sociedad, se la percibe como más preocupada por su imagen que por los fieles y que su contribución beneficia más a ella misma que a la sociedad.
- Bajo conocimiento de la actividades de la Iglesia
- Bajo conocimiento del modo de financiación actual de la Iglesia
- Dudas acerca de la necesidad de dinero de la Iglesia



39

### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Creencia de que el Estado financia la Iglesia
- Baja adhesión a la idea de que los fieles comunes deben financiarla
- Idea de que el Vaticano debería aportar al financiamiento de la Iglesia en el país
- Bajo participación en colectas, especialmente entre los públicos mas adinerados
- Católicos no practicantes el perfil menos propenso a donar dinero a la Iglesia
- AMBA como la zona de menor permeabilidad



40

### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Baja confianza generalizada en las instituciones
- Baja participación de los argentinos en las instituciones
- Religión evangélica/ evangelista en crecimiento
- Poca cultura de donación de dinero enraizada en la población en general
- La posición de la Iglesia siempre se percibió como de “dar” y la de los fieles de “recibir”



41



### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Casos de pedofilia/ encubrimiento
- Aparece una contradicción entre el rol de ayuda social de la Iglesia y la necesidad de dinero para sí misma
- La lejanía con el tema Iglesia y financiamiento es tal que si la interpelación no es directa, no se entenderá que la solicitud es de dinero



42

### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Cáritas y colegios y universidades católicos y monjas tienen muy buena imagen y son área de oportunidad
- Generar una comunicación de mayor cercanía con los fieles/ cierta horizontalidad
- Demanda de “salir a la calle”, acercarse
- Internet/redes como nuevos medios que generan interés y que pueden aumentar el sentido de comunidad con la Iglesia



43

### FODA DE LA INICIATIVA DE LA IGLESIA DE AUMENTAR LAS DONACIONES

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

- Cierta apertura para donar tiempo a la iglesia
- Ayuda social es el tema que más convoca a la hora de pensar en donar (vs. sostenimiento de culto)



44

## **Anexo II: Entrevistados y preguntas para las entrevistas en profundidad**

### **Los entrevistados**

#### *Agustín Stelatelli*

Fue Gerente de Comunicación en Mercedes-Benz Argentina S.A., Jefe de Gabinete de Asesores del Ministerio de Justicia de la Nación y fundador de dos consultoras de Comunicación, Stelatelli & Asociados e Identia PR.

Fue también responsable de la Oficina de Información Pública de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) en Viena y asesor de la Comisión Nacional de Justicia y Paz de la Conferencia Episcopal Argentina.

Ha dictado clases en la UADE y la UCA y actualmente es profesor en la Universidad Austral.

#### *Cristina Bergallo*

Se desempeña como catequista (voluntaria) en su parroquia desde hace más de 16 años.

#### *Daniel Woites*

Es periodista y trabaja hace unos 20 años en la Agencia Informativa Católica (AICA).

#### *Francisco Muñoz Larreta*

Licenciado en Comunicación por la UBA y Magíster en Sociología de la Cultura y Análisis Cultural por la Universidad de San Martín.

Se desempeñó como Analista y Editor de contenidos en PAMI y actualmente es Colleague Communications & Engagement Coordinator en Pfizer.

#### *Gabriela Cicalese*

Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y Doctora en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata.

Actualmente se desarrolla como Directora de Desarrollo Académico en Image Campus.

*Inés San Martín*

Licenciada en Comunicación por la Universidad Austral y la Universidad de Navarra y Magíster en Comunicación por la Austral.

Trabajó en el diario Clarín y fue responsable internacional de comunicación durante la Jornada Mundial de la Juventud en 2013.

Actualmente vive en Roma y ejerce como corresponsal y coeditora para Crux, un periódico online de Estados Unidos.

*Juan Della Torre*

Magíster en Marketing por la Universidad de San Andrés y especialista en Comunicación y Religión en la Era Digital por la Universitat Ramon Llull.

Es fundador de La Machi Comunicación para Buenas Causas.

*Juan Pablo Cannata*

Director e investigador del Centro de Estudios en Comunicación Aplicada (CECAP) de la Escuela de Posgrado en Comunicación de la Universidad Austral y Profesor Invitado en la Universidad de La Sabana (Colombia).

*Mariano de Vedia*

Abogado por la UCA, fue editor de la sección de Cultura del Diario La Nación y, actualmente, de la sección Política. Su especialidad es la temática de la Iglesia católica, alrededor de la cual ha publicado gran cantidad de artículos periodísticos y varios libros.

*Mercedes Ruiz Luque*

Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la UBA. Actualmente se desempeña como Analista de Contenidos en Comunicación y Marketing en la Universidad de San Andrés.

Compone y graba temas musicales católicos.

*Ricardo Palmieri*

Publicista por la Universidad del Salvador y Magíster en Gestión de la Comunicación en las Organizaciones de la Universidad Austral.

Es fundador de la Consultora Redacción: Palmieri, especializada en redacción para redes sociales.

Ejerció la docencia en carreras universitarias y posgrados, entre ellos, la Maestría de Marketing y Comunicación de la Universidad de San Andrés.

*Susana Fernández Pedemonte*

Encargada de Desarrollo Institucional en dos colegios que promueven la integración social en Capital Federal.

*Virginia Bonard*

Licenciada en Publicidad por la Universidad del Salvador.

Fue Correctora del Grupo Planeta, Editora de Paulinas y escritora en varios medios, entre los que se cuentan la revista Criterio e Infobae.

*Virginia Vilella*

Coordinadora del área de Desarrollo de Recursos de Cáritas en la diócesis de San Isidro.

**Preguntas**

Se informó a todos los entrevistados, al momento de cada invitación, que la presente es una entrevista en el marco de un estudio académico realizado para un estudio de Maestría en la Universidad de San Andrés.

*La Iglesia Católica hoy en Argentina*

1. ¿En qué estado se encuentra de cara a la sociedad?
2. ¿Cuáles le parece que son sus mayores aciertos?
3. ¿Y sus fallas?
4. ¿Cuáles diría que son los desafíos más importantes que hoy enfrenta?

### *La comunicación de la Iglesia Católica*

5. ¿Qué debería comunicar?
6. ¿A quién?
7. ¿Cuáles son en su opinión los aspectos donde la comunicación está fallando?
8. ¿Qué se puede mejorar?
9. ¿Algún acierto reciente?
10. Respecto de las redes sociales:
  - a. ¿Hay una opinión predominante en la Iglesia acerca de la conveniencia o no del uso de las redes?
  - b. ¿Cree que la Iglesia en general hace un buen uso de las redes sociales? ¿Por qué?
  - c. ¿Cuáles serían las redes más utilizadas? ¿Y las menos? ¿Hay, a su entender, un criterio para ello?

### *El público de la Iglesia Católica*

11. ¿Tiene la Iglesia un público definido? ¿Podría caracterizarlo?
12. ¿Qué grado de receptividad te parece tiene este público para las comunicaciones eclesiales?
13. ¿Hay diferentes segmentos? ¿Ve diferencias relevantes entre los distintos segmentos?
14. ¿Cuál sería en su opinión el segmento más difícil de alcanzar y por qué?
15. ¿Cómo se podría lidiar en su opinión con aquellas causas que coartan la receptividad del público?
16. ¿Cómo se podría potenciar la receptividad a la comunicación de la Iglesia Católica donde ya es buena?

### *La encuesta de Voices!*

Hay una encuesta en la cual se identifican varios “mitos”, bastante difundidos, por ejemplo, que los principales beneficiarios del trabajo de la Iglesia son los religiosos o que el Vaticano le da dinero.

17. ¿Cuáles te parece que podrían ser los motivos por los cuales se difunden estas creencias?
18. ¿Cómo podrían neutralizarse o corregirse?

19. Según esta encuesta, también, sugiere que la mayoría del público cree que no se ha adaptado lo suficiente en ciertos aspectos (visión dogmática, misas, abusos, escasa salida). ¿Está de acuerdo con esto? ¿Por qué?
20. Este estudio identifica temas en los que sí la Iglesia Católica se está adaptando, según el público, a saber: Papa, parroquias, divorcio, diversidad sexual. ¿Estás de acuerdo con esto? ¿Por qué?



Universidad de  
**San Andrés**