Aprenderán técnicas de comunicación, pero eso es lo menos importante

Alfa y Omega

No sé si **Barak Obama** participará en la ***JMJ* del 2011**. Al menos, no tengo constancia de que haya sido invitado. Pero algo suyo sí que estará presente. Partidarios y adversarios le reconocen su prodigiosa estrategia de de una buena causa, los segundos replican que sólo vende humo.

Pero ambos coinciden en que ha sabido entender cómo funcionan los retorcidos meandros de la opinión pública, y ha sabido hacer llegar su mensaje a muchos americanos que, de ordinario, no prestan la más mínima atención a la política.

En la *JMJ* nos gustaría imitarle en una cosa: en saber plantear la comunicación para una sociedad que trabaja en red. Durante su campaña electoral, el ahora Presidente de los Estados Unidos era bien consciente de que la información no viene de un solo lugar, sino de muchos, que están al mismo nivel. Si algo se ha quedado en la cuneta en la sociedad digital es el concepto de autoridad: nadie es más que nadie.

Las redes sociales fueron por eso su principal plataforma de comunicación. Obama supo interpretar bien el campo de paradigma: no usó las redes, sino que se adaptó a ellas. Usar un canal de comunicación u otro dice mucho de mí: si ante un auditorio elijo dirigirme a los presentes con un discurso leído, o bien decido mantener una conversación coloquial y admito preguntas, proclamo con mis hechos qué pienso de mí y de mi misión.
comunicación. Los primeros dirán que está al servicio

Elegir las redes como principal canal de comunicación implica dos cosas: que los medios ya no son tan importantes, puesto que han perdido su monopolio; y que yo mismo no soy suficiente, y otros pueden explicar lo que pienso incluso mejor que yo.

¿Y qué hizo Obama? Se llevó a casi 500 voluntarios a un retiro en la montaña, se encerró con ellos durante una semana, y respondió a sus preguntas sobre su programa de gobierno: la reforma sanitaria, la política internacional, la mejora de la educación... Esos voluntarios salieron persuadidos de las razones de Obama y con argumentos para explicarlas, y se lanzaron a la red. Y los frutos están a la vista de todos.

Para la *JMJ*, el 2010 que ahora comienza es un año crucial. Nos proponemos formar a esos jóvenes que sepan dar razón de nuestra esperanza a sus coetáneos, usando su propio lenguaje. Aprenderán técnicas de comunicación, pero eso es lo menos importante.

Lo decisivo será que se empapen a fondo del mensaje de Cristo, que lo conozcan de cerca, que pasen tiempo con Él, que le hagan todas las preguntas que quieran, y que no paren hasta ser capaces de explicarle. Si lo conseguimos, será el mejor regalo de la *JMJ* a la Iglesia.

Yago de la Cierva. Director de Comunicación de la JMJ

Phoca PDF