

Historias protagonizadas por testigos creíbles, espontáneos, auténticos

Alfa y Omega

Las nuevas tecnologías también fueron protagonistas, ante el atractivo panorama del 'Año de la fe' y de la nueva evangelización

La semana pasada, tuvo lugar en la *Universidad Pontificia de la Santa Cruz*, en Roma, el *VIII Seminario Profesional* que pone el acento, cada dos años, en algún aspecto de las relaciones entre Iglesia y Comunicación.

People, faces and stories. El título señala la importancia de los testimonios, de las historias personales, que muestren vivencias y reacciones. Sin descartar cifras y estadísticas, se trataría de ofrecer testimonios en positivo, que sean ejemplo y evidencien que una solución justa es posible, que una historia que captive puede ser más útil que un discurso.

Historias protagonizadas por testigos creíbles, espontáneos, auténticos. Historias que reflejen la transformación que tengan los personajes tras una vivencia profunda, en la que deban superar dilemas, según el profesor **Fumagalli**. Resultaron especialmente conmovedoras las microhistorias que, con *Ayuda a la Iglesia Necesitada (AIN)*, se han hecho en casos de persecución religiosa. También en esa línea fue la difusión de la campaña *8x1000*, similar a la nuestra *Xtantos*, que explica con modernidad y calidad cómo y a quién beneficia, en qué se emplean, los fondos que administra la Iglesia.

La ocasional falta de confianza entre eclesiásticos y comunicadores estuvo presente. Es necesario más diálogo, un mayor conocimiento mutuo, un trato creciente, un acercamiento serio hacia realidades complejas, y que exige conocer y difundir honestamente la naturaleza de la Iglesia, como pidió el cardenal **Burke**. En este sentido, **Marina Ricci**, de *TG5*, pidió agilidad y respuestas comprensibles, pero también se preguntó si los comunicadores nos interesamos personalmente por entender al Papa, como paso previo para transmitirlo bien. La asunción de la responsabilidad personal en la toma de decisiones fue abordada por monseñor **Arrieta**, mientras que **Lorenza Lei**, directora general de la *RAI*, destacó la cobertura de la Iglesia y su cuidado de los contenidos, procurando huir de los intereses partidistas.

Las nuevas tecnologías también fueron protagonistas, ante el atractivo panorama del *Año de la fe* y de la nueva evangelización. El uso de las redes sociales o de plataformas como *Vatican Insider* va a más. Sea cual sea su futuro, me alegró oír a sus presentadores un compromiso de apostar por los contenidos, de ofrecer crítica con contexto y análisis, de mantener la credibilidad como el patrimonio principal, sin sacrificar la verdad a la lucha por la audiencia, sin agresividad ni tedio.

El sentido positivo y esperanzado fue permanente entre los participantes, de variada presencia internacional. Se apostó por cuidar las relaciones humanas, por cuidar e informar a los líderes de opinión, por adelantarse a las polémicas preparando las respuestas, sin enfadarse jamás, de forma que combinemos identidad y profesionalidad como presupuesto de una acción comunicadora de calidad. Son pautas para un trabajo que quiere difundir mejor la realidad de la Iglesia.

Manuel Garrido