

AGRADECIMIENTO POR LOS PREMIO “BRAVO 2017”

Julián del Olmo

En primer lugar, quiero daros las gracias a todos y a todas por vuestra presencia y apoyo. Presencia y apoyo que se ven, se sienten y se agradecen. En mi nombre y en el de los Premiados, agradezco a la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social el “Bravo” que nos acaba de entregar. Gracias también al Jurado que nos consideró merecedores de tan prestigioso Premio. “Los Bravo” son los “Ondas” de la Comunicación de la Iglesia Española y para los premiados es un gran honor recibirlos. El escenario de la entrega de los “Bravo”, en la sala de Plenos de la Conferencia Episcopal Española, nos enraíza a los premiados con los valores humanos, sociales y cristianos que promueve la Iglesia.

La Iglesia lleva la Comunicación en su ADN porque es esencial a su misión evangelizadora: transmitir la Buena Noticia de Jesús. El arte, la cultura y los púlpitos fueron durante siglos los Grandes Medios de Comunicación de la Iglesia.

En otros tiempos la Comunicación en Iglesia “jugaba” en campo “propio” apoyada y aplaudida por sus seguidores. En cambio ahora tiene que “jugar fuera de casa” donde a veces se escuchan “pitos” en las gradas.

El Papa Francisco quiere una iglesia “en salida” y no refugiada en la sacristía. Pide que la Iglesia “salga” a las “periferias no solo geográficas sino también existenciales”. Para “vender”, ofertar, la Buena Noticia la Iglesia tiene que “salir” al Mercado de la Comunicación sabiendo que es un Mercado exigente y competitivo.

La Iglesia dispone de “buenos productos”, más que muchas organizaciones e instituciones que habitualmente están de actualidad. Por mi condición de sacerdote y periodista puedo dar fe que la Iglesia tiene “buenos productos” pero pocas veces están a la vista del público en los supermercados de la comunicación. Dos productos excelentes son los relacionados con la Iglesia Samaritana y Misionera que “Pueblo de Dios” airea las mañanas de los domingos. No basta con que el producto sea bueno, si queremos que resulte atractivo tiene que estar bien presentado. El Papa Francisco ha dado la receta: “la Comunicación de la Iglesia tiene que transmitir la alegría del Evangelio” algo que no siempre sucede.

En los más de 30 años que llevo trabajando, en revistas de inspiración cristiana y en los programas religiosos de TVE, he sido testigo del devenir de la Comunicación en la Iglesia Española. Unas veces dando un paso adelante y otras, un paso atrás.

La trayectoria de la revista “Vida Nueva”, que cumple 60 años de vida y en la que trabajé durante varios años, ha sido fiel reflejo del tira y afloja de la Comunicación en la Iglesia después del Concilio Vaticano II.

Una anécdota: En 1980, los obispos nos encargaron a un grupo de profesionales de la comunicación el diseño de la programación religiosa católica en TVE. Un obispo que asistió a una de las reuniones nos dijo: “lo que queremos los obispos es que los programas religiosos “traduzcan” nuestros documentos al lenguaje televisivo para que lleguen a la gente”. El jesuita José María Martín Patino, que dirigía al equipo de trabajo, le respondió: “Si ustedes los obispos escribieran para que la gente los entendiera no necesitarían traductores y además facilitarían mucho el trabajo a los periodistas”. Me atrevo a decir que la respuesta de Martín Patino sigue teniendo validez.

El ejemplo de “Buen Comunicador” lo tenemos en el Papa Francisco que es capaz de meter el Evangelio en un “tuit”. El Papa habla en cristiano para que le entienda la “señora María” y la “señora María” le entiende. Estamos en la era de la “Comunicación Sin Barreras” y lo que no se diga con luz y taquígrafos alguien lo contará con nocturnidad y alevosía. Con las nuevas tecnologías todo el mundo puede ser comunicador pero a los profesionales se nos pide, de oficio, conocer y practicar el “Arte de Comunicar”. Comunicar con Profesionalidad, Responsabilidad y Credibilidad.

En la Iglesia española ha habido y sigue habiendo verdaderos “artistas de la Comunicación” entre ellos mis maestros: José Luís Martín Descalzo, José Luís Gago, Eduardo Teófilo Gil de Muro, Joaquín Luís Ortega, Pedro Miguel Lamet... y muchos otros, algunos estáis aquí presentes.

Los “Premios Bravo”, que anualmente entrega la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, son santo y seña de la importancia que la Iglesia Española da al “Arte de Comunicar”. Los “Bravos” valoran la ética y la estética de la comunicación en sus distintas especialidades y formas de expresión como lo demuestra el abanico de premiados de este año.

Como veis somos un grupo variopinto pero todos comprometidos en el “Arte de Comunicar” aunque cada uno a su manera. Y si nos atenemos al Premio que se nos ha otorgado, todos estamos implicados en el “Arte de Comunicar como manda la Santa Madre Iglesia: “defendiendo a la persona, los derechos humanos y los valores evangélicos”.

El “Bravo Especial” es para mi un motivo para dar gracias a la Iglesia a la que pertenezco y a los Medios de Comunicación en los que trabajé y sigo trabajando, particularmente a TVE cuyos máximos directivos, con el presidente de la Corporación RTVE al frente, han querido estar presentes en este acto. La Iglesia y los Medios de Comunicación me han permitido realizar, felizmente, mi doble vocación de sacerdote y periodista. En mi caso ambas vocaciones –sacerdote y periodista- siempre fueron juntas y revueltas porque “lo que Dios ha unido que no lo separe el hombre”.

En mi nombre y en el de los Premiados, muchas gracias a todos.