

Desde la calle

JUAN PABLO CANNATA, PERIODISTA Y AUTOR DE
«LOS VALORES EN EL DISCURSO PÚBLICO»

«La clave de Francisco es la autenticidad»

Samuel Gutiérrez

El joven argentino Juan Pablo Cannata es un apasionado de la comunicación. Actualmente es director de la Oficina de Comunicación del Opus Dei en Argentina, responsabilidad que compagina con otras colaboraciones profesionales. Entre ellas, la docencia y la asesoría en comunicación. Es, además, autor del libro *Los valores en el discurso público. Comunicar la propia fe en la cultura del siglo XXI*, que acaba de publicar Ediciones Logos.

Hasta hace apenas unos meses se tachaba la comunicación de Iglesia de poco menos que nefasta. Francisco parece haberlo transformado todo...

La comunicación tiene tres grandes ejes: el contexto y la expectativa del público; el mensaje; y la capacidad o calidad con la que se expresa este mensaje. La irrupción de Francisco y el cambio tan explosivo que se ha generado tiene que ver, en gran parte, por el contexto. También por su capacidad comunicativa, pero el contexto ha sido decisivo. Y el contexto ha venido marcado por la renuncia histórica de Benedicto XVI. Aquello fue revolucionario y propició un clima muy favorable. Antes de la elección de Francisco ya había en Roma 6.000 periodistas con una gran expectativa de cambio y renovación. Su elección no hace otra cosa que ratificar estas expectativas. La primera sorpresa la dio Benedicto. La segunda la dieron los cardenales al elegir el primer Papa de Latinoamérica. Esto tiene unas connotaciones muy fuertes, porque significa apostar por una Iglesia comprometida con los temas sociales, muy popular, cercana de la gente... Estas características marcan inmediatamente unas coordenadas determinadas que ya se insinúan en su primera y breve aparición pública. Desde entonces no ha hecho más que desplegar lo que ya había insinuado como germen.

Hay quien ha llegado a insinuar que la comunicación de Francisco

La Machi / www.lamachi.com



responde a una estrategia muy bien estudiada.

Esta cuestión se resuelve yendo al pasado, sobre todo si buscamos exposiciones, comentarios o gestos en lugares ocultos, en los pliegues de biografía. Y si lo hacemos, como lo hicieron muchos medios tras su elección, descubrimos una cantidad tremenda de anécdotas, comentarios y gestos que reafirman la autenticidad de su propuesta. Un sacerdote cercano al cardenal Bergoglio incluso ha llegado a decir: «Ahora es en público como antes era en privado.» La conclusión es clara: la clave de la comunicación del papa Francisco es la autenticidad.

En este contexto, ¿qué quieres aportar con el libro *Los valores en el discurso público*?

La Iglesia del siglo XXI tiene que pasar de diez grandes oradores o portavoces, a mil millones de portavoces, tantos como católicos. Y que sean auténticos, con legitimidad, y con algo relevante y atractivo que proponer. El libro da pautas para comunicar la fe y los valores cristianos en dos grandes

escenarios: uno positivo, más amable, y otro más de controversia o polémica. Son contextos distintos, que exigen también una respuesta distinta a la hora de comunicar los propios valores. La propuesta del libro es tratar de ayudar a los cristianos a compartir de manera inspiradora, atractiva y motivadora sus creencias en la conversación pública.

¿Hay que aprovechar el efecto Francisco?

Puede parecer oportunista, pero la verdad es que el libro se había concebido en el marco del Año de la Fe. Se trata, además, de un tema, el de la comunicación de valores, en el que estoy trabajando desde hace tiempo. La elección del Papa fue el detonante final. Porque lo que se quería proponer con el libro cuenta desde entonces con la visibilidad de alguien que, al frente de la Iglesia católica, lo estaba haciendo con una fuerza nueva. El papa Francisco ha irrumpido en la escena internacional como un tremendo ejemplo del impacto que tiene cuando uno puede compartir con autenticidad y entusiasmo los propios valores.