

# Una cuestión de voces

La Universidad Pontificia de la Santa Cruz organiza en Roma un congreso de comunicación. Periodistas y Oficinas de prensa se confrontan sobre cómo hablar de la fe.

13/10/2001

Sin divisiones y sin arrogancias, todos se reconocen en un mismo plano: periodistas y responsables de la comunicación social eclesial. Este es uno de los datos que ha constatado el IV congreso internacional de

comunicación social organizado por la Pontifica Universidad de la Santa Cruz.

"La Iglesia ha conseguido comunicar su mensaje a lo largo de los siglos gracias a la relación entre sustancia e imagen, entre valores y técnicas, y es eso lo que hace su mensaje distinto al de otras instituciones", ha dicho Stefano Lucchini, director de comunicación de la Confindustria (la principal organización empresarial italiana). Por su parte, Jacek Moskwa, corresponsal de la televisión polaca y del periódico Rzeczpospolita, ha precavido de los peligros de un excesivo "triunfalismo por el éxito mediático del Papa, porque los medios divulgan también mensajes contrarios que tienen algunas veces una gran audiencia".

En juego andan cuestiones complejas que plantean, de entrada, dos serios problemas: la formación de los

periodistas y la formulación del lenguaje eclesial. Erich Leitenberg, director de la Oficina de comunicación social de la diócesis de Viena, sostiene que "el lenguaje de las noticias eclesiales resulta muchas veces incomprensible para el lector "común"". ¿La solución? Esforzarse por "traducirlas" a un sistema léxico comprensible y significativo, "tarea cultural que es también muy importante para la teología".

Ciertamente, la Iglesia se está preparando con oficinas de prensa, cursos de formación y circuitos comunicativos específicos. Don Claudio Giuliodori, portavoz de la Conferencia Episcopal Italiana (CEI), ha hablado precisamente de su experiencia en este terreno, que incluye "un sistema de actualización tempestiva y permanente sobre hechos y noticias, un Osservatorio mensual sobre la cultura y la comunicación, una constante

relación con los periodistas, el uso de las nuevas tecnología e internet...": en fin, todo lo necesario para intentar ofrecer a las diócesis un aire nuevo y estimulante. Aire nuevo que, en algunos casos (basta pensar en la Jornada Mundial de la Juventud) ha tenido buenos frutos, también "mediáticos".

Y si don Gianni Zappa, portavoz de la archidiócesis de Milán, ha hecho hincapié en el esfuerzo por "formar permanentemente" a los comunicadores, Leitenberg ha llegado a proponer la institución de un "capellán de redacción" que dialogue con los periodistas con el espíritu propio del sacerdote que sabe escuchar a sus hermanos.

¿Hay que fiarse de los periodistas? Desde luego, pero será necesario, como se pretende en España, "hacer un uso correcto y responsable de los medios de comunicación", subraya

don José María Gil, director de la Secretaría de la Comisión episcopal española para los medios de comunicación, "que lleva a ver a los cronistas con preocupación pastoral y con un sentimiento sincero de amistad". De esta tarea han hablado en el congreso el portavoz de la Santa Sede, Joaquín Navarro Valls, el subsecretario del Pontificio Concilio para las Comunicaciones Sociales, Angelo Scelzo, y varios vaticanistas.

Por su parte, Marc Carrogio, docente de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de la Santa Cruz, ha puesto de relieve la "primacía de la producción de noticias", de la que depende en grandísima medida la consiguiente "respuesta" mediática. No se discute, sin embargo, el papel del "testimonio" como recurso principal para provocar el encuentro de "sustancia e imagen".

# Nello Scavo // Avvenire (Milán)

---

pdf | Documento generado  
automáticamente desde [https://  
dev.opusdei.org/es-ni/article/una-  
cuestion-de-voces/](https://dev.opusdei.org/es-ni/article/una-cuestion-de-voces/) (07/08/2025)