



## Ponente<sup>1</sup>

ANTONIO OLIVIE  
CEO de *Rome Reports TV*

Gracias a ti, Miguel Ángel por la presentación.

Gracias a la Asociación Católica de Propagandistas y al CEU por la invitación. La verdad es que tuve una primera experiencia en estos Congresos Católicos y Vida Pública en Chile, hace unos meses, que fue muy grata, salió muy bien, y tuve la oportunidad, la fortuna de conocer al organizador, a Rafael Ortega, que está haciendo un trabajo excepcional.

Quería empezar contando una historia que parece pequeña. Empieza con este reloj que llevo puesto. Es un reloj con un dato, y es un reloj que tiene una historia. No lo llevo habitualmente. En el año 2005, con un grupo de periodistas aquí, en Madrid, nos reunimos y empezamos a trabajar en un periódico nuevo. Iba a ser un periódico gratuito de nivel nacional, de amplio impacto, y empezamos a trabajar en el mes de septiembre en un piso, una cosa pequeña.

En unos meses formamos una redacción de más de 150 personas. Formamos a la gente en lo que se tenía que hacer, en que se tenía que hacer un producto joven, algo distinto, con la idea de que fuera algo distinto a lo que había. No podíamos copiar los modelos de prensa que se hacían, pensábamos que merecía la pena tratar de buscar qué le interesaba al lector, qué podía tener gancho para él.

Ahí hubo un grupo de profesionales encabezados por un director de periódicos que se llama Alexo Peña, que la verdad es que fue un *crack*, y esta persona nos transmitía un reto. Este reto era: o nosotros conseguimos en el primer estudio general de medios, que es el EGM, que es lo que mide la publicidad, lo que mide la audiencia, si esa audiencia no llegaba al millón en España, el proyecto se hundía. O sea, el millón de lectores diarios.

Era un reto ambicioso, era un reto muy duro que nos hizo trabajar a un grupo de periodistas muchos días, 12 horas diarias durante un tiempo de lanzamiento. Fue muchísima presión, mucha ilusión. Lo que tiene este reloj

<sup>1</sup> Transcrito por audición.

es un dato del primer EGM de ese periódico. Fueron 1.972.000 lectores diarios. Eso era superar, casi doblar el objetivo.

Gracias a eso, el director lo que decidió es comprarnos al equipo que había estado trabajando ahí un reloj en el que está marcado ese dato, ese dato que yo tengo aquí, de 1.972.000. Esto me parece interesante porque, ¿qué hay detrás de ese dato? Hay mucha ambición. Teníamos en la cabeza que teníamos que hacer algo distinto. Teníamos que hacer algo rompedor, porque si no la gente ni nos iba a escuchar, ni nos iba a entender.

Profesionalidad. El equipo de gente que estaba ahí, fue un buen equipo, se hizo buena selección. Ahora, desde Italia, he tenido el placer de ver que uno de los que estaba ahí, por ejemplo, Nacho Carretero, que es el que ha escrito el libro de Fariña, que ha sido un grandísimo éxito, era uno de los redactores. Había un equipo de gente muy buena que está ahora muy bien. Pero se trabajaba con ambición y con muchísima ilusión. Si no trabajas con ilusión, con la ilusión de que íbamos a hacer algo distinto, de que íbamos a cambiar... La verdad es que eso dio sus frutos, como estamos viendo.

Ahora mismo estoy en *Rome Reports* desde hace, como ha dicho Miguel Ángel, tres años, y un poco, por qué he contado esto de antes, ¿no? Porque, a la hora de hacer información religiosa y formación, me planteo las mismas metas y los mismos objetivos que me planteaba en información normal, en información de actualidad, que la que hacemos ahora en Roma y en el Vaticano. Es contar las cosas de forma atractiva, contar las cosas de forma distinta. Ahora estamos en un formato televisivo, y ahora una cosa distinta, pero que tienes que trasladar a la gente y transmitir a la gente de forma breve. El sitio donde hay que estar ahora mismo y con el que se llega a la gente joven, sobre todo, ahora lo veremos, es YouTube, y ahí hemos tenido la fortuna, justo ayer publicamos el vídeo que vais a ver ahora.

Es simpático. Si habéis visto el vídeo, no sé cuántas personas de mi edad habéis visto ahí, en *Rome Reports*. Gente viejuna estoy solo yo. El resto es gente joven. Gente joven a la que hay que exigir, a la que hay que ilusionar y con la que hay que intentar que tengan la misma profesionalidad, y es un poco el espíritu con el que se trabaja.

Quizá, claro, en este congreso que se llama "Fe en los jóvenes" estoy hablando yo. Dices: "¿qué sentido tiene?". Creo que parte del sentido es que realmente dependo de la gente joven para hacer el trabajo, la gente bien orientada. Y hay muchísima gente con ilusión, con ganas de contar las cosas. Y el sitio para contar las cosas ahora mismo es este, es YouTube.

¿Dónde están los jóvenes? Esta era una idea que el otro día se planteaba. Vi el otro día la información de la presentación de este congreso

que se hizo, y una de las personas que lo presentaba decía: “tenemos que ir a buscar a los jóvenes donde están”. Estos son datos, lo mismo que os decía el estudio general de medios, que son los que hacen encuestas en España de audiencia, conocer a la gente, qué hace con los medios, y a la izquierda veis, en prensa escrita, estamos hablando en toda España de 9.000.000 de lectores diarios, o que dicen ser lectores de prensa, que eso también habrá que ver.

En las estadísticas veis entre 14 y 19 años un 13%. Entre 20 y 24, un 17%. En cambio, pasamos a Internet, que es lo que tenéis aquí, a la derecha, y en Internet estamos hablando de un universo de 30 millones, y tienes el 95,7% de la gente de 14 a 19 años, y el 96 de los de 20 a 24.

Es evidente que tenemos a la gente joven ahí. Cuando te dicen: “no, es que la Iglesia no sabe...”. La Iglesia está, y los movimientos de la Iglesia y todas las instituciones estamos ahí, porque es que, a lo mejor estamos en otro... “No, hemos hecho revista muy buena, muy...”. ¿Cuánta gente joven lo ha leído? Para conectar hay que hablar su lenguaje y hay que saber estar ahí metidos.

Italia es donde vivo ahora, desde hace tres años, y sigo también, porque la agencia no solo sigue noticias religiosas... Estamos especializados en religión, Papa y Vaticano, porque es lo que nos piden las televisiones. Pero hacemos cosas de política a veces; se nos cae un puente en Génova, pues vamos a cubrirlo con un cámara... **O sea, cualquier tema de actualidad internacional.** Trabajamos para teles de fuera. Desde este año trabajamos para CNN en español, o sea, el corresponsal de CNN en español trabaja con nosotros. Damos servicio a las televisiones.

Lo que decía de política. Salvini es el político de lo que antes se llamaba la Liga Norte de Italia y ahora se llama La Liga. Este es un hombre que, hace unos meses, hace un año, prácticamente tenía un 12% de intención de voto. Ahora mismo está en el 35%. Es el primer partido italiano y está en el gobierno. Es el vicepresidente del Gobierno. Hay dos, uno de [ininteligible] que tiene un aire a Podemos, pero hay muchas características que no son anticlericales para empezar, en general. Esa es otra situación. Pero están gobernando juntos y este es el que se lleva de calle a la gente.

¿Cómo se los lleva de calle? Con ese dato de arriba: tiene 3.267.000 seguidores en Facebook. En Facebook habla, esta es su página de Facebook y precisamente ahí metía a Donald Trump. Donald Trump, que es otro que ha sabido trascender a los medios convencionales, o sea, que ha cambiado. Su equipo ha sabido que lo que pueden decir el *New York Times*, el *Wall Street Journal*, le da igual, le da lo mismo. Se mete con ellos. Él va directamente a la gente, les habla por redes sociales, les habla directamente por Facebook, por

lo que sea, y conecta con la gente. Conecta porque tiene una interacción, porque ha sabido entender los nuevos lenguajes, ha sabido entender los nuevos canales de llegar a la gente.

Esto, al margen de sus ideologías, de si es negativo, positivo, no es el tema de hoy. El tema es la capacidad de conexión, la capacidad de llegar a la gente, el estar donde hay que estar, y el no quedarse en lo cómodo: “No aquí, lo que siempre se ha hecho, lo que tal”, “no, aquí el periódico es lo más...”.

Yo he trabajado toda mi vida. Hasta hace muy pocos años he estado en periódicos y he sido subdirector de un periódico, pero hay que cambiar y, sobre todo, si queremos llegar a la gente joven, que es en lo que estamos.

Este vídeo lo sacamos en el mes de abril, 16 de abril de 2018, y ha tenido 1.261.000 visualizaciones. La verdad es que este Papa es impresionante lo que hace, es impresionante la capacidad de comunicar con gestos, y cuando dices que comunica con gestos, el gesto es muy televisivo. Para nosotros, eso exige un montaje, exige una profesionalidad. No vale, y es una de las ideas que tenía, no vale el “no, hago un vídeo con el móvil y tal”. Hay que invertir. Necesitas un cámara profesional, un guionista, gente que piense.

Una de las características que tiene *Rome Reports* y que nos hace muy fuertes es que dependemos de los clientes. Yo dependo de televisiones americanas que, como no les haga un vídeo atractivo, como no les haga tal, me lo tiran, y el guion muchas veces se lo pasas; el guion televisivo de una noticia de un minuto se lo tienes que pasar, se lo leen, lo ven y si no les gusta te lo cambian. Son procesos muy profesionales. Está todo muy pensado. Pero el punto de partida con este Papa, en mi opinión, es fácil.

Es que esto se entiende por qué ha sido un vídeo de lo más visto este año, porque tiene una fuerza que, si lo cuentas con palabras, se quedaría... bueno, no sé si alguno, a lo mejor aquí hay gente que escribe muy bien, pero es muy difícil contar esto con palabras. La imagen que está transmitiendo este vídeo... este vídeo está transmitiendo el amor, que es brutal.

El amor de un cristiano, el amor de este Papa, el cómo quiere las personas es una cosa que he tenido la oportunidad de ver con mucha gente. El Papa, cuando está con alguien personalmente, uno contra uno, está fijándose porque quiere a cada persona. A cada persona le mira con ojos de amor. Esa es nuestra fe, y es brutal la fuerza que tiene nuestra fe. El amor funciona muy bien en televisión. Las telenovelas, las historias románticas funcionan. Esto funciona en televisión.

A veces tenemos complejos y, a veces, uno no sabe. Es verdad, las cosas bien hechas y el amor cristiano tienen mucha fuerza, y este Papa la tiene.

Os decía, he estado con gente, con un productor de televisión que se llamaba David Puttnam, que es el productor de *Carros de Fuego*, ganó un Oscar por *Carros de Fuego* y es anglicano. Le traje, a raíz de un documental, a un encuentro con el Papa, y este hombre, que es *lord* inglés, le nombró *lord* inglés Tony Blair hace unos años, que ha conocido a presidentes de todo el mundo, ha estado en Hollywood, en todos lados, me decía que el Papa le dio la mano un minuto, le dijo: “rece por mí”, cualquier cosa. Me dice: “mira, ha sido el encuentro más importante de mi vida”.

Te dice eso, una persona que dice: “yo soy anglicano, pero ha sido lo más importante. He notado que es una persona que me quiere, que me aprecia, y he estado con líderes de todo el mundo”, me decía, “con gente importante y tal”, y esto que me contaba Puttnam me lo ha contado muchísima gente. Y es que es una persona que realmente vive con radicalidad su vida cristiana, que aprecia a los demás.

Este vídeo, en YouTube, ha tenido 2.458 comentarios. Es una burrada. Es descomunal, y esta es la primera página. Si entráis en YouTube y buscáis este vídeo, la primera página en la que aparecen comentarios es esta. No he seleccionado nada. Entonces empiezas a leer. “No soy católico, no pertenezco a ninguna religión, iglesia ni filosofía, pero creo en un creador y en un observador. Me encanta este señor, el Papa de ahora”.

El segundo: “Yo soy ateo, pero este Papa es digno de admiración por su bondad, por su humildad”, tal.

La tercera: “Mi madre es atea”, tal. Dices: “qué capacidad de llegada tiene el mensaje cristiano vivido o encarnado, encarnado de verdad, por gente”. Y esto es YouTube, que a veces uno: “ah, las redes sociales, es que en YouTube solo entran estúpidos, solo están los *youtubers*, que no sé qué”. Pues no, YouTube es una plataforma donde tú puedes tener basura, que la hay, y mucha, y nosotros como cristianos y, en mi caso, como profesional tenemos que contar la verdad de las cosas. Tengo que transmitir lo que pasa, y tengo que transmitir... A mí me toca ahora transmitir lo que pasa en el Vaticano y en la Iglesia, y esto está pasando, y esto llega, y esto engancha a la gente.

Este es otro dato de esta radicalidad del mensaje cristiano. Este probablemente lo conocáis. No sé quién me ha dicho antes que ha estado en España. Se llama Pedro Opeka. Es un misionero argentino y es interesante porque... Y esto se une también a lo que hace el Papa. La comunicación siempre la he entendido... y he trabajado, como decía antes, en un gabinete de comunicación en un gobierno regional en España. Yo a veces le decía a un político: “mira, no puedo decir nada si tú no haces nada”.

O sea, la comunicación necesita acción, porque, si no hay un cambio en algo, no tengo nada que contar. Yo no voy a salir a dar una rueda de prensa diciendo: “estamos aquí, todo sigue igual”. No. Tengo que dar un mensaje, dar algo. Y este Papa actúa, y mucha de la comunicación viene con hechos. Y eso conecta muy bien con la gente joven, porque la gente joven, y también los mayores, estamos muy hartos de discursos. En el plano político, en el plano espiritual, en todos los planos. Yo quiero hechos, quiero ver cosas materializadas, y esto va en esa línea.

Frente a eso, frente a esta realidad, iba a poner la parte negativa, el quejarnos. A veces te encuentras gente que... Yo he estado hace poco en un colegio de España, de hecho, en el sur, y pregunté a los chavales: “¿cuántos de vosotros tenéis Facebook?”. Ninguno. Los chavales tenían todos Instagram. Entonces a lo mejor estamos publicando en Facebook y tenemos a la gente en Instagram. Tenemos que cambiar. No podemos: “bueno, ya hago esto en redes sociales”. Mira, no vale.

Luego te encuentras, esta es la parte negativa, a veces, historias cristianas y católicas con mucha fuerza, muy interesantes, y con un vídeo que dura cinco minutos. No es la forma, porque hay que ver la duración media. La gente, de media, ve cosas de dos minutos, tres, pero más de tres minutos no funciona.

No funciona, ¿por qué? Porque hay que saber cómo ve la mayoría de la gente, hay que mirar alrededor. Estás viendo de *Rome Reports*, me parece que el 70% de la gente los vídeos los ve en un cacharro como este. Ver en un cacharro como este, vídeos de cinco minutos... “No, es que es muy bueno y tiene unas historias tal”. Pues no. Estoy hablando en general. Hay excepciones y puede haber un vídeo que sea maravilloso, o puedes hacer cosas de cinco... Pero un poco la norma general.

Lo que decía. Y programación religiosa no es la misa. La misa, fíjate, está muy bien. Para mí, la religión, o sea, transmitir la fe, es transmitirla encarnada en las personas, en la gente. Y de eso dices: “ah, tú tienes la suerte de que estás en Roma y tal”. [...] Hombre, en Madrid hay gente extraordinaria y hay historias extraordinarias, pero seguro. Estoy seguro que incluso estudiantes... Os movéis a sitios de Madrid y vais a encontrar laicos, sacerdotes, religiosas que tienen muchísimas cosas que contar, que hay que saberlo contar, hay que saberlo recoger, y que tiene fuerza, que lo va a tener.

Pero la programación religiosa, la información religiosa no puede ser triste, porque realmente nuestra fe es una fe alegre. Cuando uno ve a una persona cristiana de verdad, es una persona contenta. Entonces, transmitir cosas aburridas...

Luego, el asunto del “siempre se ha hecho así”: la comodidad de “no, yo ya hago esto”, “yo ya...”. Si algo nos está pidiendo el Papa es cambiar, salir a la calle, estar, moverse, y eso se aplica en todo.

Dentro de esto, un poco de jóvenes, o sea, cuando dices: “fe en los jóvenes”. Una cosa de los fenómenos que me han sorprendido, y que uno ve en Roma... No he querido poner hoy ningún ejemplo de cosas de España. Hay cosas excelentes, pero conocéis muchas iniciativas también de *youtubers*, de gente. He querido traer cosas de fuera que me sorprenden estando en Roma.

Una de ellas. Hace dos años conocí en Roma a un grupo francés que se llama SOS *Chrétiens d'Orient*. Son chavales jóvenes. Creo que el fundador tiene 28 años o 30, no sé. Estos empezaron a ir a Oriente Medio a acompañar a los cristianos de ahí, y a estar un mes. Hacen un voluntariado de un mes, mes y medio, y están con la gente para ayudar a los cristianos de ahí a que vean que no se les olvida, que se está con ellos. Este es el grupo que se llama SOS *Chrétiens d'Orient*.

Cuando uno ve estos jóvenes, y son unos chavales que se organizaron entre pocos, 1.400 personas que han ido allí en estos tres años y medio, 1.400 jóvenes que han estado por lo menos un mes en un sitio de estos. Se ve que la gente joven responde a los retos. A la gente joven le planteas un reto... Tiene sus riesgos. Hasta ahora, por lo que me han dicho, no han tenido ningún fallecido. Han tenido, lo único, accidentes de tráfico, alguna cosa menor, pero creo que es algo providencial.

De esos 1.400 han vuelto todos, y han contribuido a la vuelta con lo que cuentan, cuando vuelven y dan esa imagen de conocer a los cristianos de la zona, de Irak, que es una maravilla. Ellos están muy orgullosos. Dicen: “nosotros estábamos aquí antes que los musulmanes”. “Antes de que te llegara a ti la fe de España” dicen, “estábamos ahí. Nuestros antepasados estaban aquí y vamos a seguir aquí”.

Este vídeo no lo vamos a pasar, porque quiero cerrar con otro, pero es un mártir de Irak. Este es el padre [ininteligible] de Mosul. Yo he tenido la suerte ahí, en Roma, de conocer a un compañero suyo, que es el que ha hecho un libro sobre él. **Es un compañero de treinta y pocos años, un sacerdote caldeo, ordenado sacerdote en Mosul.** Al obispo que le ordenó le mataron, a este compañero suyo le mataron también, a varios compañeros les han matado.

Hablas con este chaval, mi amigo se llama [ininteligible] y es impresionante, es que te deja... es como una bofetada de fe, de valentía, de coraje, de esperanza, de todo. La verdad es que podríamos estar poniendo horas ví-

deos, pero quería centrarme más, y para ir terminando, con uno que encaja más con lo que estamos hablando.

Este es el padre Rob Galea. Es un maltés, es de Malta, vive en Australia, y lo que me gusta, y es con lo que quiero cerrar -bueno, con algo que os contaré después- es la idea de cómo contar el mensaje de toda la vida, que es un poco el reto: el mensaje de siempre, de otra forma.

Creo que es evidente el mensaje de toda la vida: la fuerza que tiene el amor, el mensaje del amor, cómo le saca partido y cómo te transmite lo de siempre de una forma distinta. Esto conecta con lo último y con lo que quería cerrar. La idea de arriesgar. Este Papa si algo pide es eso de: “quiero que hagáis lío, que no os quedéis en la comodidad”.

Todos los números que he ido poniendo durante la presentación, para mí esos números hablan de profesionalidad, de arriesgar con objetivos, de trabajar con objetivos, de trabajar para llegar muy lejos, para llegar a mucha gente, de ambición, de trabajo en equipo, de contar con la gente joven que puede sacar esa forma nueva de contar las cosas, que es muy importante, de ilusionar.

En todo eso, para ir terminando con dos ideas, dices: “pero, ¿cómo arriesgas?”. Para mí, hay dos elementos, personalmente, que han sido muy importantes. Primero, la fe, o sea, el saber. Dices: “yo juego en una *squadra vincente*”, que dirían los italianos, estoy en un equipo ganador. Como cristiano tengo una fe, tengo una esperanza. En mi caso también he tenido una red, por así decirlo, he tenido una familia numerosa excelente. Varios de mis hermanos están hoy aquí, cuñados, sobrinos, tal. Eso te da muchísima fuerza para arriesgar, mucha seguridad en la vida.

Arriesgar es importante, es lo que te va a dar fracasos, porque no lo he contado aquí, pero yo he tenido proyectos que no han funcionado, que han fracasado. Con el tiempo, muchas veces unes y dices: “oye, este fracaso, esta cosa que fue mal, qué bien me vino. Lo que he aprendido”. Ves algo providencial, dices: “estoy aquí porque Dios quiere. He fracasado porque Dios quiere, y quiere probablemente que esté aquí en este momento”.

Entonces todo eso, las cosas que a veces uno ve sin sentido, al final lo tienen. Si queréis, ahora pasamos a las preguntas, pero para concluir mi idea de ese *feed*, de esta conversación, sería eso: que tenemos un mensaje que conecta con la gente joven. Tenemos que saber adaptarnos, y tenemos que saber arriesgar para llegar a ellos.

Nada más. Muchas gracias.

Miguel Ángel Malavia - Muchísimas gracias a Antonio. Muy interesante la charla.