

## Amparo Gómez: “No es pot comunicar Déu en 140 tuits, però sí donar pistes per a comunicar-te com a Església”

Dm, 24/01/2017 per Catalunya Religió



(*Laura Mor -CR*) Aquest dimarts se celebra Sant Francesc de Sales, patró dels periodistes i dels escriptors. Per això, des de *CatalunyaReligió.cat* hem entrevistat una persona del món de la comunicació que ha construït un relat de fe explícit. És **Amparo Gómez Olmos**, delegada de mitjans de comunicació del bisbat de Sant Feliu, que ha escrit [Comunicar a Dios en 140 tuits](#), un llibre d'autoria col·lectiva, que recull màximes per a reflexionar sobre el missatge en la comunicació religiosa, però també sobre el món digital, l'ètica, la transparència o la marca personal.

“Constato que hi ha camí per fer, que es mouen les coses, que els passos que es fan van en aquesta línia de pujar-se al carro”. Al carro de la comunicació, es refereix l'autora, en el marc de les organitzacions religioses i d'Església. [Amparo Gómez](#) va néixer a València, té 45 anys i viu al barri de la Sagrada Família, a Barcelona. Va estudiar filologia hispànica i forma part del moviment dels Focolars.

Realment hi cap, Déu, en 140 tuis? “Pot semblar una mica pretensions. Evidentment, no es pot comunicar Déu en 140 tuits”, reconeix, però sí “donar pistes per si vols evangelitzar o comunicar-te com a Església”. En el seu cas particular, l'autora considera que “aquest llibre és fruit d'una experiència de Déu, en una dinàmica quotidiana, on tractes de viure amb sintonia amb Déu de forma regular”.

El llibre l'ha publicat en castellà la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals de Blanquerna-Universitat Ramon Llull, i neix de les classes del Diploma d'Especialització Universitària de Comunicació i Religió a l'Era Digital, que Gómez va seguir el curs passat. Aquest 2016-17 està en marxa la [quarta edició](#) d'aquest postgrau.

En concret, la gènesi del llibre és un dels treballs trimestrals. Gómez va intentar resumir un dels blocs del curs que estava estudiant i hi va trobar “unes frases molt rodones”. Pensant en el nom específic dels estudis –Comunicació i Religió en l’Era digital– va decidir “fer un resum del bloc en tuits, com a recurs literari”. I al següent trimestre, hi va tornar. La idea va semblar original a la directora de l’Observatori Blanquerna, **Míriam Díez**, que la van animar a treballar el material per publicar un llibre. En aquesta fase, va recuperar els apunts de tot el curs i va polir la feina, “per deixar-ho en aquests 140 tuits”.

“Els mitjans són hostils –de vegades indiferents– a la realitat religiosa. I, tanmateix, és vital, configura la vida de les persones i influeix en la societat”, diu Míriam Díez en el pròleg, on defensa que “la comunicació no és un pretext ni un luxe”.

### **Tuits destacats**

Si ha de destacar alguna de les frases seleccionades, en tria dues relacionades amb l’autoconeixement. Són idees de **Jordi Collell**: “Gestionar la marca personal: el arte de invertir en ti, para aportar a los demás lo mejor de ti, lo que solo tú puedes ofrecer”. A Amparo Gómez li agrada perquè “sona a plantejament de vida: vull créixer per donar-me als altres”. I és que no tots els tuits són tècnics, ni comuniquen a Déu estrictament al peu de la lletra: “Hi ha una part que parla de marca personal, que pot agradar a molta gent”.

També rellegeix una frase lligada a la visibilitat del món interior, del mateix professor Collell: “La persona es como un iceberg, a través del autoconocimiento y de una estrategia personal logramos dar visibilidad a todo nuestro yo”. L’autora defensa també que “hi ha tot un món amagat que de vegades no emergeix” i que el fet de “conèixer-se a un mateix i donar visibilitat a les potencialitats que tenim és un treball personal en favor del bé comú”. Són dimensions que, diu, enriqueixen el postgrau que va estudiar.

El llibre forma part de la col·lecció ‘Mínima’, on s’hi va publicar també l’octubre de 2015 [El #periodismo en 140 tuits](#) de **Josep Lluís Micó**, en el mateix format. Un llibre de petit format, que regala molt de “blanc”: en cada pàgina hi trobem sols un número de tuit en ordre invers –comença pel 140 i acaba al número 1, com quan escrius a Twitter, que va restant caràcters–, un títol temàtic a mode de hashtag i una data. En el cas del llibre *Comunicar a Dios en 140 tuits* en comptes d’una data s’hi llegeix el nom de l’autor de cadascuna de les màximes.