

C!B



Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas

Manuel María Bru Alonso

Presidente de la Fundación Crónica Blanca

Delegado Episcopal de Catequesis de la Diócesis de Madrid



Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas

PREMISAS:

- 1.- Hablamos de comunicación desde las instituciones eclesiales (todas: no sólo las de Vida Consagrada), no del uso personal de los soportes o los medios de comunicación.
- 2.- Cuando hablamos de “comunicación cristiana” tenemos en cuenta dos acepciones complementarias: comunicación “en” cristiano (criterios antropológicos, teológicos y éticos), y comunicación “de” lo cristiano (comunicación evangelizadora y comunicación institucional).

DESARROLLO:

- 1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática
- 2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana
- 3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana
- 4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- ¿Qué entendemos por cultura mediática?
- La cultura propia del actual momento de la globalización
- La cultura emergente de la Sociedad de la Información
- La cultura emergente de la Sociedad postmoderna
- La cultura débil propia de un cambio de época
- La cultura del sexto continente
- La cultura de la generación Z
- Los valores de la generación *selfie*
- La cultura que inaugura un nuevo lenguaje

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- ¿Qué entendemos por cultura mediática?

La primera acepción de la cultura mediática es obvia: se trata de la **mediación de la cultura a través de los nuevos medios** (NNMM), los soportados por las nuevas tecnologías de la información y difundidos por la Red, y como estos globalizan la información que soportan, la cultura por ellos transmitida es global. **Pero esto no es aún “cultura mediática”, sino “mediación cultural”, o ciberespacio cultural.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- ¿Qué entendemos por cultura mediática?

En realidad, cultura mediática es:

- La cultura **emergente, omnipresente, y dominante** en el mundo **globalizado**,
- **marcado por la sociedad de la información,**
- y caracterizado por la **sociedad post-moderna y débil.**
- Una cultura además configuradora a la vez que determinada por el llamado **“sexto continente”**,
- especialmente influyente en las **nuevas generaciones,**
- y portadora de un **nuevo lenguaje.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura propia del actual momento de la globalización

Cuando hablamos de globalización cultural y mediática, **tenemos que reconocer el proceso histórico del importantísimo impacto que siempre han tenido los recursos mediáticos** en la construcción cultural. **Al menos podemos distinguir tres grandes hitos:**

- De las antiguas técnicas a la **comunicación epistolar**, y de ésta a la **imprenta (Revolución Gutenberg)**.
- Del gran salto del uso de la **onda corta (revolución Marconi)** al envío de imágenes analógicas **(revolución Nipokow)**.
- De surgimiento de **Internet** al desarrollo de todos los **nuevos medios** (con las redes sociales) **y soportes** (dispositivos móviles).
- Y por tanto, de la **aldea global** (McLuhan) a la **Cultura Mediática**.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- **La cultura emergente de la sociedad de la información**
- **Que sea el concepto de información el que determina la sociedad de hoy, tiene tres acepciones:**
 - **la del proceso de cambio de factores preminentes del desarrollo económico en los últimos dos siglos,**
 - **la perspectiva educativo-cultural, que se fija fundamentalmente en los cambios de primacía en los ámbitos de transmisión cultural intergeneracional: familia, escuela, grupo primario, Medios de Comunicación Social (que genera un desplazamiento acelerado con respecto a los anteriores).**
 - **Y la del cambio de imbricación entre canal y mensaje en la comunicación: el “medio es el mensaje” (McLuhan), si el mensaje es débil (Vátimo)**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- **La cultura emergente de la sociedad de la información**
- **La crisis de la familia y de la escuela es a la vez causa y consecuencia de dicho desplazamiento, incluida la transmisión de la fe: *Tampoco podemos ignorar que en las últimas décadas se ha producido una ruptura en la transmisión generacional de la fe cristiana en el pueblo católico. Es innegable que muchos se sienten desencantados y dejan de identificarse con la tradición católica, que son más los padres que no bautizan a sus hijos y no les enseñan a rezar, y que hay un cierto éxodo hacia otras comunidades de fe (Papa Francisco. Evangelii Gaudium, 70).***
- **Los Medios de Comunicación Social educan o des-educan siempre, y cada vez ocupan un espacio más relevante en la educación de las nuevas generaciones.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- **La cultura emergente de la sociedad de la información**
- **En cuanto al cambio de imbricación entre canal y mensaje en la comunicación cultural, hay que entender que:**
- **La cultura mediática esta fuertemente marcada por su mediación, según esa provocativa expresión de Marshall McLuhan (1911-1980) a la hora de mostrar lo más relevante de la misma: “el medio es el mensaje”. Es decir, la mediación tecnológica condiciona el mensaje. Más aún cuando el mensaje en general es el de una cultura débil (Gianni Vattimo, 1936-).**
- **Empezó a hacerlo el lenguaje radiofónico, lo potenció el lenguaje audiovisual, y lo ha extralimitado el lenguaje de las NTIC.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna
- Pero la cultura mediática no sólo queda definida por la mediación, sino por los rasgos culturales propios de la sociedad de hoy. A saber:
- 1/ La cultura de una sociedad desvinculada que, según Josep Miro Ardèvol (1944-), es una sociedad sedienta de vínculos familiares, sociales, culturales, y por tanto, también religiosos.
- 2/ La cultura de una sociedad líquida: Según el gran filósofo y sociólogo polaco Zygmunt Bauman (1925-2017), nada hay ya sólido, todo es líquido, disperso, incontenible, insignificante. Y todo queda reducido al paradigma ideológico liberal de la oferta y la demanda.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna
- 3/ La cultura de la sociedad del cansancio, explicada por el filósofo alemán de origen coreano **Byung-Chul Han** (1959-), un cansancio múltiple: cansancio del rendimiento, cansancio del otro, cansancio de todo.
- 4/ La cultura del “homo videns” (hombre espectador), explicada por filósofo italiano **Giovanni Sartori** (1924-2017), o “el hombre fracturado”, que explica el filósofo francés **Jean Baudillard** (1929-2007), hiperconectado pero solo.
- 5/ La cultura débil, explicada por el filósofo italiano **Gianni Váttimo** (1936-2023), que sustituye a las culturas fuertes (pretensión de verdad, unidad y totalidad), propia de la **sociedad postmoderna**, concepto del filósofo francés **Jean François Lyotard** (1924-1998), que renuncia a las utopías del progreso y a los mega-relatos.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna
- **6/ La cultura *cientificista y tecnocrática*.** Entendemos por cientificismo la consideración de la **supremacía de la investigación científica sobre cualquier otro orden epistemológico o ético**, con el argumento de que “cada aplicación indiscriminada de la investigación científica o bien constituye un avance para el bien del hombre y de la comunidad social, o en el caso de que fuese indiscutible el peligro que comportase, no queda más remedio que admitirlo y reconducirlo como se pueda, ya que los avances científicos y todas sus potenciales aplicaciones se consideran imparables. Desde este presupuesto se justifican todas las líneas de investigación, desde el perfeccionamiento de las armas biológicas a los intentos de clonación humana”.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna

- **6/ La cultura *cientificista y tecnocrática*.** La cosa se complica cuando del cientificismo nos vamos al **tecnocentrismo**, y de este a las **perspectivas de cambio antropológico propiciado por las nuevas tecnologías**. Es decisivo el desarrollo acelerado de las nuevas tecnologías, y sobre todo la cooperación y la convergencia entre ellas:
 - **la nanotecnología**, dedicada a lo ilimitadamente pequeño, que permite manipular los átomos y las moléculas para producir materiales nuevos;
 - **la biotecnología**, que permitía aplicar la ingeniería a la estructura genética, penetrando en el santuario de la vida hasta los "motores de la creación", los genes;
 - **las neurociencias**, es decir, el análisis de los procesos cerebrales;
 - **la Inteligencia Artificial** y la posibilidad de crear máquinas inteligentes, tan inteligentes que serán capaces de pensar, e incluso de ser reconocidas como "espirituales" o "personas";
 - **la cibernética y la informática**, que no sólo hacen posible el funcionamiento de internet y de la web, sino que muestran que la realidad es en su estructura última datos o algoritmos (no materia o energía ccionamiento de las armas biológicas a los intentos de clonación humana.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna
- **7/ La preocupación por la Inteligencia Artificial:** Aunque la capacidad de la Inteligencia Artificial no llegue a alcanzar la conciencia personal facultativa de la dignidad humana, se la puede dotar del poder que hasta hoy sólo había tenido el ser humano real y verdadero, permitiendo que una pseudo-conciencia sin alma decida sobre el destino de los hombres y de la humanidad entera. No debemos temer tanto el desarrollo tecnológico de la Inteligencia Artificial como el uso que de ella hagamos los seres humanos, porque, evidentemente, **como dice el Papa Francisco**, “nunca la humanidad tuvo tanto poder sobre sí misma y nada garantiza que vaya a utilizarlo bien, sobre todo si se considera el modo como lo está haciendo” (*Laudato Si'*, nº 104).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna

- **7/ La preocupación por la Inteligencia Artificial:**

- **¿Este peligro es real?** Se pregunta Eloy Bueno de la Fuente: “¿Llegará un momento único en la historia (que Raymond Kuzweil denomina **Singularidad y la sitúa en 2044**), en el que se producirá una explosión única de la inteligencia en virtud de la cual las máquinas reemplazarán a los hombres y podrán tratarlos como esclavos? ¿Habrá una Superinteligencia (**pensemos en una nube o en el big data**) consciente y activa por sí misma capaz de tratar cualquier algoritmo y por ello de preverlo y controlarlo todo? Lo que habían pronosticado **Aldous Huxley en *Un mundo feliz*** y **George Orwell en 1984** parece haberse realizado plenamente”.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura emergente de la sociedad postmoderna

- *7/ La preocupación por la Inteligencia Artificial:*

- **Aun así, la oportunidad con respecto a la revolución tecnológica la explica magníficamente el Papa Francisco:** “Es posible volver a ampliar la mirada, y la libertad humana es capaz de limitar la técnica, orientarla y colocarla al servicio de otro tipo de progreso más sano, más humano, más social, más integral”. **Esto ocurre, explica el Papa, por ejemplo** “cuando la técnica se orienta prioritariamente a resolver los problemas concretos de los demás, con la pasión de ayudar a otros a vivir con más dignidad y menos sufrimiento. También cuando la intención creadora de lo bello y su contemplación logran superar el poder objetivante en una suerte de salvación que acontece en lo bello y en la persona que lo contempla”. **Así el Papa mantiene su esperanza en que la humanidad pueda** “habitar en medio de la civilización tecnológica, casi imperceptiblemente, como la niebla que se filtra bajo la puerta cerrada. ¿Será una promesa permanente, a pesar de todo, brotando como una empecinada resistencia de lo auténtico?” (**Laudato Si, nº 112**).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- **La cultura del sexto continente**
- **Determinado por el ciberespacio, que aun recreando la realidad de los cinco continentes la transporta y la transforma en un mundo aparte.**
- **Y así como cada continente contiene historia, culturas, lenguas, y tradiciones, éste no descubierto sino recreado, está poblado por las nuevas generaciones de migrantes digitales, con un aparato lingüístico-simbólico propio.**
- **Ahora cada día navegamos varias veces por ese archipiélago virtual del Sexto Continente y volvemos al nuestro de origen sin parpadear, con la diferencia que los analógicos (e incluso los nacidos ya con Internet –Generación Y o *millennials*- nacidos en los 80 ó 90), seguimos poniendo nuestra patria en el continente físico mientras las nuevas generaciones (Generación Z) la ponen (viven más allí que aquí) en el virtual.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura del sexto continente

Pero el Sexto Continente no es *Alicia en el país de las maravillas*. Es un continente dramático:

- **Sus mejores paisajes, como son el acervo del conocimiento (con todos sus límites) y los instrumentos de aprendizaje (las aulas virtuales) los aprovechan los que menos los necesitan, los estudiantes del primer mundo, mientras no están a disposición (por falta de equipos informáticos, de conexión de red, etc...) los estudiantes de los países “en vías de subdesarrollo” (ejemplo del fenómeno de la “Brecha Digital”).**
- **Sus peores paisajes están destruyendo a las nuevas generaciones (bullying 24h, distorsión de la afectividad y la sexualidad, concursos de suicidio, reclutamiento de terroristas, etc...).**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- La cultura de la generación Z

Los adolescentes y jóvenes de hoy (nacidos ya en el siglo XXI) están caracterizados por cuatro “íes” y cuatro “ces”. Empecemos por las “íes” de:

- **Internet:** habitan y se socializan en el Sexto Continente;
- **Irreverencia** (tienen una visión espacial del conocimiento: no entienden el valor del tiempo, del estudio, de la experiencia, de la autoridad moral, etc...);
- **Inmediatez:** si todo lo consiguen en el Sexto Continente con dar un “clip”, todo lo quieren conseguir en el mundo real inmediatamente, sin esfuerzo y sin tregua; e
- **Incertidumbre:** saben que no saben porque su mundo de referencias es muy poblado pero muy débil para tomar decisiones vitales, manejar sus sentimientos, entender sus vidas.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



1.- Contexto: Evangelizar en la cultura mediática

- **La cultura de la generación Z**

Se distingue en ellos también cuatro “ces” de:

- **Ciencia:** su visión de la realidad está entre el cientifismo y el relativismo: certeza sólo la ciencia experimental, todo lo demás es relativo,
- **Creatividad:** ven que su mundo digital está sin explotar en el mundo real, no esperan ya a encontrar trabajo, lo inventan.
- **Cambio continuo:** previsión de trabajo temporal, relaciones temporales, proyectos temporales, y sus líderes son discontinuos,
- **Cooperación:** entienden el trabajo en equipo, no esconden secretos, todo está a la vista, y encuentran medios para desplegar su deseo de cambiar el mundo, no desde discursos, sino desde micro-realizaciones sociales como el voluntariado.



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- La cultura mediática inaugura un nuevo lenguaje
- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática
- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- **La cultura mediática inaugura un nuevo lenguaje**

Ya decía Benedicto XVI en su mensaje con ocasión de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2011, que “las nuevas tecnologías no modifican sólo el modo de comunicar, sino la comunicación en sí misma, por lo que se puede afirmar que nos encontramos ante una vasta transformación cultural. Junto a ese modo de difundir información y conocimientos, nace un nuevo modo de aprender y de pensar, así como nuevas oportunidades para establecer relaciones y construir lazos de comunión”.

- **Dos consecuencias de esta afirmación:**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- **La cultura mediática inaugura un nuevo lenguaje**

Primera consecuencia:

- **En la Sociedad de la Información los MCS se han erigido ya como el primer ámbito no sólo de transmisión cultural, sino de la reconstrucción cultural (“el medio es el mensaje”).**
- **De tal suerte que sin el concurso mediático no podemos pretender hoy en día hacer transmisión evangelizadora (ni primer anuncio, ni catequética, ni educativa, ni pastoral), capaz de adentrarse en el mundo de las “referencias” cognitivas y axiológicas de la sociedad de hoy.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- La cultura mediática inaugura un nuevo lenguaje

Segunda consecuencia:

- A este nuevo modo de aprender y de pensar, y por tanto también de comunicarnos,
- es a lo que llamamos lenguaje mediático. Porque el hombre mediático aprende un nuevo lenguaje: inmediato, conciso, simple, provocativo.
- Sujeto a una manipulación (sentido literal, no peyorativo):
 - emotiva y evocativa (luz, color, ritmo, palabra, música, enfoque)
 - y cognitiva (primacía de la percepción a la atención y la comprensión).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- La cultura mediática inaugura un nuevo lenguaje

A nadie se le escapa que hablar hoy de lenguaje mediático y de lenguaje parabólico a la vez es hablar de lenguaje audiovisual. Pero significa mucho más que esto. Porque el lenguaje audiovisual no es sino un reflejo, entre otros, de una nueva sensibilidad y de un nuevo lenguaje que recorre todos los códigos lingüísticos y todas las técnicas de la comunicación, y que podríamos resumir en la expresión también del **Papa Francisco** de un modo de comunicarse que integra **la idea, el sentimiento y la imagen** (*Evangelii Gaudium*, n° 157).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

¿Existe correlación entre el lenguaje de la cultura mediática y el lenguaje eclesial de la evangelización? San Juan Pablo II **ya se hizo en su día esta pregunta. Y también dio la respuesta:**

“La cultura del memorial de la Iglesia puede salvar a la cultura de la fugacidad de la “noticia” **que nos trae la comunicación moderna, del olvido que corroe la esperanza;** los medios, en cambio, pueden ayudar a la Iglesia a proclamar el Evangelio en toda su perdurable actualidad, **en la realidad de cada día de la vida de las personas”.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Y continuaba diciendo:

- “La cultura de sabiduría de la Iglesia puede salvar a la cultura de información de los mass-media de convertirse en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer alerta ante los impresionantes nuevos conocimientos que ahora emergen”.
- La cultura de alegría de la Iglesia puede salvar la cultura de entretenimiento de los medios de convertirse en una fuga desalmada de la verdad y la responsabilidad; y los medios pueden ayudar a la Iglesia a comprender mejor cómo comunicar con la gente de forma atractiva y que a la vez deleite”.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Para **San Juan Pablo II** ya queda bien claro, además, que no se trataba sólo de tomar prestado el lenguaje y los recursos mediáticos para la evangelización, sino de integrarlos en el lenguaje de la evangelización o, mejor dicho, de integrar la evangelización en la misma cultura mediática:

“El trabajo en estos medios, sin embargo, **no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio**. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna”.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática**
- **La fidelidad al destinatario de la evangelización, al hombre de hoy, nos lleva a tomarnos en serio este nuevo lenguaje, a asumirlo, a hacerlo nuestro.**
- **Para los más jóvenes no resulta difícil, aunque también pueden haberse acostumbrado a un doble lenguaje, el de su vida social y el de su vida religiosa, expresión de la tentación de ruptura fe/vida del cristiano de hoy. Para todos supone un aprendizaje.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Características de este nuevo lenguaje como

- la fortísima velocidad en la fragmentación de la imagen,
- el simple y escaso uso de palabra,
- y la proliferación de golpes de impacto sonoro y visual,

podrían poner en duda que el lenguaje mediático (sobre todo el audiovisual y digital) no sirve para evangelizar, y menos para suscitar la inquietud y el asombro religiosos. Nos equivocaríamos.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática**
- **En realidad, en todo formato se pueden transmitir las cosas más sublimes. Basta ajustarse a dos condiciones:**
 - **hacerlo sin “trampear” las leyes propias de ese lenguaje,**
 - **y hacerlo con la máxima calidad, es decir, sacando todo el provecho posible a las características y a las virtualidades de dicho lenguaje.**
- **El anuncio del Evangelio no puede exponerse en productos mediáticos producidos sin profesionalidad y sin los mejores recursos para ello.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

La inculturación de la fe significa también adaptación simbólica de los nuevos lenguajes, sobre tres características comunes entre el lenguaje de la fe y lenguaje mediático:

- La primacía del testimonio (contar mini-relatos, poner rostros...)
- La mutua imbricación entre entendimiento y sentimiento (despertar la inteligencia y la emotividad a la vez, facilitando la moción espiritual).
- Y la inmediatez en la estimulación de la respuesta (interactividad no es intercoexión).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



2.- El uso del lenguaje mediático en la comunicación cristiana

- **Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática**
- **Que hay que recurrir a los recursos mediáticos para la evangelización, ya nos lo dejó bien claro en 1975 San Pablo VI: “La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia pregona sobre los terrados el mensaje del que es depositaria”** (*Evangelii Nuntiandi*, nº 45).
- **Esto supone una serie de límites, y a la vez, una serie de oportunidades. Entre los límites, la simplificación y la caducidad. Entre las ventajas, la inmediatez y su alcance,** sobre todo respecto a las nuevas generaciones.
- **Como principal formato,** tenemos que hablar del **formato audiovisual,** y como **principal soporte,** tenemos que hablar de las **NTIC** (Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación). Veámoslo:



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- **El audiovisual: formato y lenguaje**
- **Uso de los recursos audiovisuales para la evangelización**
- **Breve tipología de audiovisuales para la evangelización**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- El audiovisual: formato y lenguaje

Los géneros propios del testimonio (sobre todo el relato y la semblanza), son especialmente adecuados a los diversos formatos del lenguaje mediático, pero, sobre todo, son especialmente adecuados para el formato audiovisual (no tanto para su transmisión televisiva, en acelerado reajuste en los nuevos hábitos, sobre todo de las nuevas generaciones), sino para:

- **Su transmisión a través de la Red Web y de las Redes Sociales (en los nuevos soportes de las NTIC).**
- **Su uso en los diversos modos de comunicación de grupo (congresos, presentaciones, catequesis, etc..)**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- El audiovisual: formato y lenguaje

Lo que antes decíamos del lenguaje mediático en general, los tenemos que adjudicar específicamente al lenguaje audiovisual:

- la fortísima **velocidad en la fragmentación de la imagen,**
 - la **primacía de la música,**
 - el **simple y escaso uso de palabra,**
 - y la proliferación de **golpes de impacto sonoro y visual.**
-
- ¿Pasarían estas a ser las **nuevas leyes de la evangelización audiovisual?**
 - ¿Estarán ya escritas en los *pósit* de los que **preparan materiales catequéticos y pastorales?**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- **Uso de los recursos audiovisuales para la evangelización**

En cuanto a la conveniencia en promover un uso de los recursos audiovisuales para la evangelización, esta ha de hacerse bajo dos condiciones:

- **Que se trate de un uso combinado con las demás dinámicas de la comunicación de grupo.**
- **Que no sólo incorporen la técnica mediática, sino también el lenguaje mediático (como ya apuntamos antes, gran parte de los productos eclesiales adolecen de ello, por falta de profesionalidad).**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- Breve tipología (21 tipos) de audiovisuales para la evangelización
- **Videos publicitarios** (publicidad de eventos, de propuestas concretas, o incluso de productos y servicios) **de formato televisivo** (menos de 20 segundos). Sin miedo a usar el recurso de la asociación de ideas.
- **Videos promocionales** (fundamentalmente de instituciones) de formato publicitario (publicidad informativa) o como mini-reportajes.
- **Videos de presentación de campañas de jornadas, de campañas vocacionales, etc...** (de tres a siete minutos) principalmente para proyección en eventos.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- **Breve tipología de audiovisuales para la evangelización**
- **Videos testimoniales** en los que prima el material (no el formato) de la entrevista con imágenes de recurso, personales o comunitarios (de tres a quince minutos) para presentación en actividades pastorales de grupo.
- **Videos formativos** (formato lección virtual o formato reportaje) **que explican contenidos** sociales, antropológicos, históricos, teológicos, etc... (de cinco a cincuenta minutos).
- **Videos catequéticos** (provocativos antes que explicativos) de contenidos catequéticos (pre-catequesis, primer anuncio, catequesis formativa).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- **Breve tipología de audiovisuales para la evangelización**
- **Video-reportajes de acontecimientos** que los recuerdan (congresos periódicos, campamentos, jornadas de la juventud, historia de instituciones, efemérides parroquias, etc..), principalmente para proyección en eventos, de cinco a diez minutos en formato estándar, o de diez a cincuenta minutos en formato especial (ocupan el lugar de una ponencia).
- **Video-reportajes de realidades de sensibilidad social o religiosa**, ya sean de carácter informativo (**actualidad inmediata**) o de carácter instructivo (**situaciones de larga duración**), pero siempre con formato informativo (de similar duración a los anteriores).

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- Breve tipología de audiovisuales para la evangelización
- **Breves videos impactantes de mensaje único** (mejor sin voz) de menos de dos minutos **con aspiración a convertirse en videos virales** (tiempos litúrgicos, campañas, etc..).
- **Video-tráiler** de películas con valores, que plantean cuestiones, religiosas, etc... No tanto los oficiales, sino los editados con intención pastoral (siguiendo algunas normas por los derechos de autor).
- **Videos musicales o video clips** (de contenido pastoral implícito o explícito): solo de productoras especializadas.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- Breve tipología de audiovisuales para la evangelización
- Cortometrajes, medimetroajes o largometrajes profesionales.
- Cine documental y docudramas (mezcla de reporterismo con dramatización cinematográfica).
- Videos de animación, de especial valor si son de relatos (bíblicos, personajes ejemplares, cuentos, etc..).
- Programas televisivos (reales o figurativos): entrevistas, concursos, debates, viajes, etc...). Sólo si son muy profesionales.
- Video mensajes (saludos, felicitaciones, pero también impresiones, respuestas, etc..). Aunque sean amateur buscar grabación de calidad y edición profesional.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



3.- El uso del lenguaje audiovisual en la comunicación cristiana

- **Breve tipología de audiovisuales para la evangelización**
- **Grabaciones de eventos** (ponencias, celebraciones, etc...) Sólo para demanda especial.
- **Emisiones en directo** (*streaming*) sólo profesional, de calidad, a través de canales de video en red. Puede incorporar careta de presentación, instrumentos de interacción. Incluidas las
- **Webinar** (video conferencia y/o *streaming* formativas, combinando ambas es ideal para mesas redondas virtuales).
- **Videos para aulas virtuales** (lecciones, pequeñas explicaciones, metodológicos)
- **Videos simulados de presentaciones informáticas** (normalmente con animación por ordenador)
- **Videos tutoriales** (presentan a la vez el objeto tutorial como al enseñante).



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa

- **La revolución internet**
- **Evangelizar en las autopistas del ciberespacio**
- **Pastoral integrada de las Redes Sociales**
- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **La revolución internet**
- Proviene de la expresión inglesa *Interconnected network* que significa “red de trabajo interconectada”.
- En 1960, diferentes compañías dedicadas a la comunicación comenzaron a explorar la conexión entre ordenadores. Como en otras ocasiones fue en el ámbito militar donde más avances se dieron para pasar luego al campo civil.
- A partir de 1973 se desarrollaron y establecieron estándares uniformes de comunicación.
- Entre los años 1984 y 1988 se creó una única red pública llamada *World Wide Web* (www) que significa “gran telaraña mundial”.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **La revolución internet**
- **En 1999 se comenzó a trabajar en la tecnología Wi-Fi o la conexión sin cables que permitió una democratización del acceso a la red pues se pasó de tener puntos de conexión fijos a través de cables a poder conectarse sin ellos.**
- **El siguiente paso fue incorporar esta maravillosa tecnología a los dispositivos que ya existían como los teléfonos móviles, o a las futuras tablets. Así la aparición del primer *smartphone* o teléfono inteligente en el año 2002, la *Blackberry* que permitía el uso del correo electrónico. En 2007 Nokia lanzó el modelo N95, una serie con GPS, cámara de 5 megapíxeles, conectividad WiFi y 3G.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **La revolución internet**
- **En 2007 Apple lanza su primer Iphone, un smartphone controlado con pantalla táctil. En 2008 sale al mercado Android, un sistema operativo que utilizan en estos momentos también importantes marcas de teléfono.**
- **Y finalmente en el año 2010 Apple de nuevo presenta un nuevo concepto de ordenador, la tablet, el dispositivo que te permite la lectura de libros electrónicos, lectura sin conexión de páginas web, lectura de cómics, consulta y edición de documentos de suites ofimáticas, navegación web (mediante Wi-Fi, USB o 3G interno), llamadas telefónicas, si son 4G y 5G, (sustituyendo así al teléfono móvil), GPS, reproducción de música, visualización de vídeos y películas, cargadas desde la memoria interna, memoria o disco duro USB o Wi-Drive y con salida mini-HDMI, cámara fotográfica y de vídeo HD, videoconferencia, etc...**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Evangelizar en las autopistas del ciberespacio**
- Para **Benedicto XVI** “le corresponde ofrecer a quienes viven éste nuestro tiempo *digital* los signos necesarios para reconocer al Señor; darles la oportunidad de educarse para la espera y la esperanza, y de acercarse a la Palabra de Dios que salva y favorece el desarrollo humano integral. **La Palabra podrá así navegar *mar adentro* hacia las numerosas encrucijadas que crea la tupida red de autopistas del ciberespacio, y afirmar el derecho de ciudadanía de Dios en cada época, para que Él pueda avanzar a través de las nuevas formas de comunicación por las calles de las ciudades y detenerse ante los umbrales de las casas y de los corazones y decir de nuevo: *Estoy a la puerta llamando. Si alguien oye y me abre, entraré y cenaremos juntos (Ap 3, 20)*”.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Evangelizar en las autopistas del ciberespacio**

La razón está en la fidelidad al destinatario:

- “La capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos” (**Benedicto XVI**).
- “Es vital que hoy la Iglesia salga a anunciar el Evangelio a todos, en todos los lugares, en todas las ocasiones, sin demoras, sin asco y sin miedo. La alegría del Evangelio es para todo el pueblo, no puede excluir a nadie” (**Francisco Evangelii Gaudium, 23**). **Tampoco a los nativos digitales** (generación del presente y del futuro), **ni siquiera a los más irreverentes y extravagantes.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- Pastoral integrada de las Redes Sociales

Una mención especial merece la cuestión del lenguaje de las Redes Sociales.

Al papa **Benedicto XVI** le tocó la época de su proliferación como soporte, y por tanto también como lenguaje, de la comunicación entre los adolescentes y los jóvenes en la primera década del siglo XXI. Para él **las Redes Sociales permiten a las personas encontrarse más allá de las fronteras del espacio y de las propias culturas**, inaugurando así un mundo nuevo de amistades potenciales.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Pastoral integrada de las Redes Sociales**
- **Una mención especial merece la cuestión del lenguaje de las Redes Sociales.** Al papa **Benedicto XVI** le tocó la época de su proliferación como soporte, y por tanto también como lenguaje, de la comunicación entre los adolescentes y los jóvenes en la primera década del siglo XXI. Para él **las Redes Sociales permiten a las personas encontrarse más allá de las fronteras del espacio y de las propias culturas, inaugurando así un mundo nuevo de amistades potenciales.**
- **De sus ocho mensajes de la Jornada Mundial de las Comunicaciones, cuatro tratan de responder al desafío de las Redes Sociales:**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Pastoral integrada de las Redes Sociales**
- ***Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad” (XLIII-2009)*** en la “comunicación digital”, sobre todo en las redes sociales y entre los jóvenes: **respeto a la dignidad humana, diálogo intercultural en el ciberespacio, y autenticidad en la amistad. Los jóvenes llamados a evangelizar el “continente digital”.**
- ***El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra (XLIV-2010):*** no sólo como un usuario, sino dando alma al continuo flujo comunicativo de la red, como **apasionados anunciadores de la Buena Noticia, también en esta nueva “ágora” de la comunicación.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas

4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.



- **Pastoral integrada de las Redes Sociales**
- ***Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital (XLV-2011):*** alerta de dos desafíos: la información completamente interactiva, y la creación virtual de perfiles públicos en las redes sociales.
- ***Silencio y Palabra (XLVI-2012):*** “*La Red se está transformando cada vez más en el lugar de las preguntas y de las respuestas; más aún, a menudo el hombre contemporáneo es bombardeado por respuestas a interrogantes que nunca se ha planteado, y a necesidades que no siente. El silencio es precioso para favorecer el necesario discernimiento entre los numerosos estímulos y respuestas que recibimos, para reconocer e identificar asimismo las preguntas verdaderamente importantes*”.
- ***Redes sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización (XLVII-2013):*** confianza en el deseo del ser humano de amar y de ser amado, **ofrecer la luz amable de la fe, fortalecer a los cristianos aislados, ofrecer espacios de oración y de celebración.**

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Pastoral integrada de las Redes Sociales**

Merece la pena detenernos en este punto: Las redes sociales son el **origen de nuevas oportunidades y riesgos:**

- ¿Quién es mi “prójimo” en este nuevo mundo?
- ¿Existe el peligro de estar menos presentes con quien encontramos en nuestra vida cotidiana ordinaria?
- ¿Tenemos el peligro de caer en la dispersión, dado que nuestra atención está fragmentada y absorta en un mundo “diferente” al que vivimos?
- ¿Dedicamos tiempo a reflexionar críticamente sobre nuestras decisiones y a alimentar relaciones humanas que sean realmente profundas y duraderas?

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

Claves para una buena comunicación social:

- **Las tres dimensiones de la comunicación:** personal, grupal, y social
- **Los tres soportes de la comunicación social:** impreso, audiovisual, y Red
- **Dos laboratorios de la comunicación social:**
 - **Trabajo pre-mediático:** diseño, investigación, comunicación institucional y/o corporativa.
 - **Trabajo mediático:** comunicación cultural, comunicación publicitaria, y periodismo informativo.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

La comunicación institucional:

- **Comunicación multiforme:** a través de tres ámbitos de desarrollo: comunicación interna, comunicación externa, comunicación profesional.
- **Comunicación integral:** A través de tres factores de interconexión:
 - **Comunicación permanente** de la imagen corporativa,
 - **Comunicación puntual informativa,**
 - **Comunicación en Red a dos velocidades:** web y redes sociales.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora

Desarrollar la comunicación institucional de la Iglesia:

- A través de recursos estables de comunicación institucional:
- Equipos de comunicación (diocesanos, parroquiales...) permanentes, y
- Medios de comunicación interna/externa:
 - **Difusión:** ¿revistas, boletines? Fundamental: Webs y Redes Sociales
 - **Desarrollo de la comunicación audiovisual:** producción de videos y canal de *Youtube*

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

A través de actuaciones periódicas:

- **Actualización informativa:** notas institucionales, notas de opinión al hilo de la actualidad eclesial y/o social, presentación programada de experiencias y testimonios, etc...
- **Despliegue con ocasión de jornadas, celebraciones, iniciativas públicas, y otros eventos eclesiales:** campaña informativa (lema, mensaje, interlocutores, recursos en diversos soportes, videos, etc...)
- **Interrelación y comunicación institucional con medios y periodistas** (relación personal con los profesionales especializados y sensibilizados)

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora

Conocer bien y definir con claridad las dificultades:

- Tendencia (por la Espiral del Silencio) a disminución del interés y de la sensibilidad religiosas.
- Tendencia (por la Tematización) a una imagen reductiva de la vida de la Iglesia, independientemente de la veracidad y objetividad posible de las informaciones.
- Contradicciones en los MCS afines e incluso propios.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

Consejos prácticos:

- **Redefinir el objetivo:** no se trata sólo de “extender” y “mejorar” la comunicación (en todo caso nunca sólo la información) de la iglesia, sino hacer que esta sea también un medio para la sensibilización de la opinión pública en los valores evangélicos, de evangelizar la opinión pública.
- **Inculturación del mensaje** de la pastoral al lenguaje de la cultura mediática: antes de la adaptación mediática, la adaptación cultural: sensibilidad y lenguaje.
- **Renovar la “imagen” de la vida de la Iglesia:** más actual (diseños, tipografías, etc...), y más positiva.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas



4.- El uso de las NTIC en la comunicación cristiana al servicio de la comunicación institucional interna y externa.

- **Estrategias pastorales de comunicación evangelizadora**

Consejos prácticos:

- **Formación de los agentes de pastoral como comunicadores** (desde la oratoria de la comunicación grupal a la técnica de la comunicación social en creación de webs, redacción de notas de prensa, uso de las redes sociales, producción y edición de videos, etc...).
- **Instauración o renovación de los equipos y los recursos de la comunicación institucional.** No estamos acostumbrados a invertir en comunicación.
- **Inserción de la estrategia mediática** en la planificación pastoral.

Medios de Comunicación Social e instituciones religiosas

C!B



GRACIAS