

## Análisis

# La Iglesia catalana ante el reto digital

**Àngel Rodríguez Vilagran**

Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación  
Responsable del Departamento de Audiovisuales del obispado de Girona



Una técnica de investigación para conocer cómo se mueve hoy la comunicación es la de la observación. Dos ejemplos clave. Uno de ellos es fijarnos cuando vamos en metro, cuánta gente lee un periódico de papel. El otro es ver lo arrinconados que han quedado los periódicos en los quioscos de la Rambla de Barcelona. Hace unos años, presumían de tener la mejor prensa estatal, hoy, de vender los mejores *souvenirs*. A finales de 2014 existían 11.478.000 lectores de periódicos de papel en España, 703.000 menos que en 2013 (datos EGM). Consecuencias de haberlo dado todo gratis en la web.

Hace poco, en una conferencia que impartí en una universidad con una veintena de alumnos de comunicación pregunté cuánto hacía que no se compraban un periódico. Nadie me respondió, y es que ninguno había comprado uno en su vida. Si los futuros periodistas no compran periódicos de papel, ¿qué mañana nos espera? Eso sí, tres o cuatro llevaban uno. La razón: en la entrada del centro cada día hay ejemplares amontonados de un mismo rotativo para cogerlos gratis. ¿Qué ocurrirá cuando dejen de estar subvencionados?

Por suerte, la Iglesia ya se ha puesto al día y el «periódico oficioso» que es la hoja diocesana de cada diócesis ya no se encuentra solo en el «quiosco» (en la parroquia), sino que también se puede descargar de la web de cada obispado. Pero no es suficiente. Hay que promocionar mucho más y crear listas de correos de personas que automáticamente lo reciban cada semana sin necesidad de irlo a buscar a internet. Las nuevas tecnologías han creado una especie de «gandulería digital» que consiste en esperar a recibir todo lo que nos interesa sin necesidad de irlo a buscar. Fijémonos: desde el Facebook podemos seguir la actualidad a través de los periódicos y portales digitales sin ir directamente a cada uno de ellos. De ahí la necesidad que cada entidad de Iglesia pueda tener una página de Facebook o una cuenta de Twitter. Ahora bien, es un error ofrecer en ambas plataformas el mismo contenido. Son dos conceptos diferentes.

Las herramientas de la comunicación se han transformado y se complementan: el ordenador no es más que una máquina de escribir, una pantalla de televisión y un teléfono. Intentar hoy recuperar lectores de hojas diocesanas de papel es tarea perdida. Busquemosles digitalmente a través de PDF. Plataformas como Facebook nos pueden ayudar a publicar homilías, textos evangélicos, comentarios, el movimiento parroquial (bautizos, comuniones, confirmaciones...), los

InterMirifica.net



Las nuevas tecnologías han creado una especie de «gandulería digital» que consiste en esperar a recibir todo lo que nos interesa sin necesidad de irlo a buscar

horarios de las celebraciones litúrgicas, noticias de las parroquias y de entidades... Instagram, también para colgar fotos. El WhatsApp puede ser utilizado para crear un grupo de difusión, para enviar, por ejemplo, un mensaje de valores cristianos (frase, texto bíblico...). Por otro lado, hoy

todo el mundo puede ser un «columnista» cristiano. No hay que escribir en una publicación de papel. Basta con tener una cuenta de Facebook o Twitter o también un blog, a pesar de que estos últimos parece que van de baja. Todas estas plataformas son ya los nuevos quioscos de información.

La investigación observante tendría que hacernos felices si viéramos que aquellos que en el metro o en el autobús utilizan sus *tablets* o móviles lo hacen consultando una cuenta de alguna entidad o persona relacionada con la Iglesia. Es el reto que tiene la Iglesia.

## Nueva comisión para los medios de comunicación del Vaticano

SIC / Ciudad del Vaticano

En la última reunión del Consejo de Cardenales para ayudar al papa Francisco en el gobierno de la Iglesia universal y estudiar un proyecto de revisión de la constitución apostólica *Pastor bonus* sobre la curia romana, se examinó el informe final, fechado en 5 de marzo, elaborado por el comité encargado de proponer una reforma de los medios de comunicación vaticanos, el llamado Vatican Media Committee. Posteriormente el Consejo de Cardenales propuso al Pontífice la institución de una comisión para estudiar este informe final y analizar de manera oportuna su factibilidad. Francisco

acogió favorablemente la propuesta y el 23 de abril decidió instituir la comisión solicitada y nombrar a sus miembros.

La nueva comisión estará presidida por Mons. Dario Edoardo Viganó, director del Centro Televisivo Vaticano y sus miembros serán: Paolo Nusiner, director general de *Avvenire*, Nueva Editorial Italiana, Milán; Mons. Lucio Adrián Ruiz, jefe de la Oficina del Servicio Internet del Vaticano (Dirección de las Telecomunicaciones del Estado de la Ciudad del Vaticano); el padre Antonio Spadaro, *s.i.*, director de *La Civiltà Cattolica*, y Mons. Paul Tighe, secretario del Pontificio Consejo de las Comunicaciones Sociales.