

Una presencia evangelizadora en la red. Algunas consideraciones para no perderse

JOSÉ FERNANDO JUAN SANTOS

Profesor en Colegio Amorós de Marianistas (Madrid). Colabora en @entreP_ y @iMision20

Síntesis del artículo

El autor parte de un análisis general del mundo digital y después reflexiona sobre la relación entre evangelización y las redes sociales. Para terminar, ofrece algunas consideraciones prácticas para una presencia evangelizadora en diversas redes y formatos digitales.

#PALABRAS CLAVE: Internet, nuevas tecnologías, jóvenes, educación, redes sociales, evangelizar, Iglesia, blog.

Abstract

The author starts with a general analysis of the digital world and then reflects on the relationship between evangelization and social networks. Finally, he offers some practical considerations for an evangelizing presence in various digital networks and formats.

#KEYWORDS: Internet, new technologies, youth, education, social networks, evangelize, Church, blog.

Ya no cabe hablar de las redes sociales como una absoluta novedad. Recuerdo aquellos tiempos no lejanos en los que había que explicar que eran un entorno, un espacio más que un canal. Los esfuerzos han dado su fruto y ahora resulta fácil comprender que esta enorme transformación significa la creación de un nuevo continente, con unas características muy peculiares. En él se produce un encuentro particular, muchas veces primero si no único, o un vínculo que permite fácilmente el diálogo y el intercambio.

Hoy hablamos eclesialmente de evangelizar con gran naturalidad pasmosa, que no se entiende acertadamente fuera de nuestras pertenencias y referencias. El impulso renovado por transmitir la Buena Noticia contrasta mucho con un contexto en el que vivir cómodamente la fe y en el que los nuevos cristianos se incorporan a la Iglesia de modo casi natural, según van creciendo y madurando. Tocan tiempos en los que el mismo Evangelio y las prácticas cristianas más comunes se van convirtiendo en extrañas. Conviene tenerlo

muy presente. Porque la “audiencia no cristiana” (pensando directamente en redes sociales) ni siente ni comparte esta necesidad, es más, la vive como una injerencia, mala práctica o proselitismo.

En este panorama, lo primero que hemos descubierto, y las redes sociales creo sinceramente que han ayudado a ello, es que *hablar y vivir son dos actos muy serios que se interpelan mutuamente*. Comunicar algo tan importante como la persona de Cristo o pronunciar el nombre de Dios tensan la propia vida, reclaman coherencia, demandan testimonio real e incluso visible por todos. Ante esto, muchos callan reconociendo su finitud o debilidades. Pero a estos, precisamente, son a quienes más invitaría a hacerse presentes desde lo que son. Es la vida la que evangeliza. Lo recordamos continuamente de un modo u otro, lo sabemos. Y aunque Dios obra en el mundo con absoluta libertad, se vale para hacer sólida a la humanidad (consolidar) preferentemente de esas personas que, como columnas, hacen creíble el Evangelio.

Pero, en función de lo anterior, una segunda mirada nos invita a considerar con hondura lo que el apóstol Pablo quiso transmitir, ya desde el inicio mismo del cristianismo: ¡Ay de mí si no evangelizo! Y sirva esto de aviso para entregados lectores. Porque lo que aquí se dice, con el verbo evangelizar, no es, sin más, si no hablo, si me callo y miro para otro lado, si me quedo satisfecho con lo que tengo y dejo de preocuparme del otro. También nos habla, claramente, de *la efectiva transmisión del Evangelio*. En las redes sociales esto es clave para entender una buena evangelización, que no se quede, dicho sea de paso, en la conversación exaltada con los propios.

El último punto del párrafo anterior me lleva a una nueva consideración. Que también viene definido por la nueva evangelización en un contexto social no religioso sino secularizado, que es la forma eufemística de hablar

del ateísmo y la indiferencia. *Necesitamos ser nuevamente evangelizados los mismos cristianos*. De ahí que proliferen, y probablemente tengan más éxito que otras propuestas, las acciones y grupos que se dedican a *volver a centrar el corazón cristiano en el mismo Cristo, en el amor recibido*. Lo que desde siempre se ha llamado “pastoral”, ejercida casi en exclusiva por pastores a lo largo de la historia, hoy admite la participación e incluso protagonismo del laicado y de iniciativas digitales muy diversas y plurales, haciendo visible la riqueza carismática de la Iglesia. Dicho de otro modo: la responsabilidad en la evangelización hoy la sienten como propias muchos cristianos adultos. Una llamada y vocación que se ha ahondado en la Iglesia, también gracias a las redes sociales. Un factor incontrolable, que por un lado ofrece nuevas oportunidades y por otro, no pocas veces, también suscita problemas e interrogantes.

En este artículo te ofrezco una reflexión en dos vertientes. Combinando la red social y la evangelización, como presencia, nos preguntamos sobre la relación entre una y otra. Antes, un punto de partida esencial, como análisis general del mundo digital. Para terminar, algunas consideraciones prácticas.

1 ¿Comprendemos bien la situación?

Las presencias digitales son muy variables. Más allá de las redes sociales más potentes (Facebook, Twitter, Instagram) existen otras realidades que conviene no descuidar. Unas por su historia, y la relevancia que tienen de cara a la identidad y a la imagen-credibilidad (Webs, Blogs), y otras por su renovada significación (YouTube, por ejemplo).

Sólo por el hecho de que *hay millones de personas que están presentes en internet* (hablando de millones, lo demás casi es matizar) nos deberíamos sentir interpelados como Iglesia.

Pero además, el impacto y la transformación (en todos los niveles) que dicho hecho está provocando son tan llamativos que los cristianos no podemos mirar hacia otro lado. Los analistas hablan de *cambio de era*, de modificación de los paradigmas y de revolución tecnológica. ¿No es razón suficiente para pensar bien, muy bien las formas en las que estamos en internet y nos embarcamos en el continente digital?

Estas son *las grandes redes sociales* en las que estamos metidos y algunas de sus características. Comprenderlo es esencial, por lo que conviene empezar por aquí:

1.1 YouTube

Lo que hace unos años era un repositorio de vídeos se ha convertido hoy en la red social por excelencia entre los más jóvenes, y también la más usada, ganando terreno incluso a Google, como el mayor buscador del mundo. Es decir, que el consumo digital lleva girando unos años hacia los vídeos, porque nuestra capacidad de transmisión y descarga es mayor. Esto significa que se posiciona como la clave fundamental para cualquier proyecto que quiera tener futuro. YouTube vira hacia la interacción entre los que generan contenidos, de modo que los vídeos, no sólo imágenes, serán lo más visto sea cual sea el entorno en el que estemos. Nuestros móviles hoy son herramientas lo suficientemente potentes como para producir estos vídeos.

1.2 Facebook

Como es la primera que apareció y supo expandirse, además de adaptarse a los cambios que se iban produciendo, es la más consolidada. Pero ya no interesa, y esto es un fenómeno a considerar, conocer y conocer nuevas personas sino fortalecer los lazos con los más cercanos. De modo que lo que da mayor importancia a esta red es la pertinencia y la fidelidad de una comunidad. Es decir, que Facebook es

la referencia más extendida socialmente a la hora de generar entornos en los que personas se comprometen en torno a una causa. Y aunque el crecimiento en dicha red, en no pocas ocasiones, viene de la mano de la promoción económica, también es cierto que genera las ansiadas comunidades digitales que dan relevancia a los contenidos. El peligro es claro: verse encerrado entre las mismas personas, hablando una y otra vez entre iguales, sin participación de la diversidad, sin llegar a quienes deseamos que conozcan el Evangelio.

1.3 Twitter

Hasta ahora, la red más amplia y menos regulada. En la red del pajarito puedes llegar a quien quieras, comenzar a seguirlo (salvo por la limitación, poco extendida, de la privacidad de la cuenta) y entablar una posible conversación. El mayor reto es la gestión de la comunicación, dado que también es efímera en su misma esencia: de primeras sólo vemos cuatro o cinco mensajes, y ha perdido en interacción de sus miembros. Algo tan maravilloso como es el "like" o el "retuit", ha ahogado la conversación y el intercambio de opiniones. Las principales cuentas acumulan este tipo de interacciones, más centradas en la difusión, y han cedido en la capacidad de diálogo. Se habla poco en esta red. Se comparte mucho, casi en exceso. Es una plataforma ideal para la difusión; pero, a la vez, se percibe que hay reticencias a hacer "clic" en algo que te saque fuera del "time-line" de los mensajes. Sin embargo, la significatividad social del hashtag (del momento) y su elevada carga ideológica y política, hacen que sea una red que la Iglesia no pueda perder de vista con facilidad.

1.4 Instagram

La red de las imágenes y de los mensajes que pocos leen. La lógica sigue siendo la de seguidores y seguidos, con la intervención de un

algoritmo que te presenta, de entre todo lo que podrías ver, lo que la aplicación considera que te gustará más dado tu consumo anterior y la interacción que tengas. Los algoritmos aprenden muy rápidamente y nos ciegan, cuando tenemos intereses elevados, con mucha más frecuencia. Pero el caso es que enseña imágenes por las que los jóvenes son capaces de pasar en un segundo. Esta sigue siendo la utilidad básica de esta red, con fotografías cada vez de mayor calidad y seleccionadas según el momento, pero que ha incorporado grandes novedades en poco tiempo. Entre ellas, las “historias”, la parte superior redondeada que aparece en el móvil, y que es una copia de la fugacidad de Snapchat. Imágenes y pequeños vídeos, con posibilidad de “tunear”, que duran visibles en la red 24 horas. Este cambio ha provocado que la red se divida en dos, educando también a sus usuarios en este nuevo concepto: por un lado la imagen “fija” que quieres ofrecer, en la que destacar en instantáneas tus mejores momentos, y por otro la imagen “cambiante” del día a día, de lo que se hace, sin excesiva privacidad ni calidad. Lo primero está seleccionado, lo segundo sale como sale, capta lo que sucede sin muchos filtros.

1.5 ¿Y los mensajes privados?

Efectivamente, todas las redes sociales ofrecen la posibilidad de interactuar en privado o en grupos no públicos. Es la versión reducida de un email, de un contacto más personal. Considero que esta opción es muy importante para la nueva evangelización, porque ahí se puede producir un diálogo y encuentro en el que haya menos ojos mirando. Es signo claro de un paso más en la primera aproximación que dan las grandes redes, se significa más cada una de las personas. Aquí conviene recordar que la evangelización está llamada hoy a dar el primer paso, a *primerear*, a no esperar a que otros hagan para comunicar.

1.6 ¿Y los streaming y directos?

Como he dicho antes, la importancia creciente de los contenidos audiovisuales es notoria. Todas las redes sociales ya tienen formas nativas de incorporar vídeos con dos cualidades: unos permanentes, otros de visibilidad limitada. Hago notar aquí que en los perfiles estos formatos tienen un espacio destacado, y los algoritmos de Facebook e Instagram, por ejemplo, le dan una prioridad mayor. Lo cual significa que se hace más visible y tiene mayor alcance entre los seguidores. El uso hoy de estos directos para narrar lo que sucede, también para compartir mensajes al hilo de la actualidad es creciente, igualmente como modo de intercambio. Cualquier perfil importante en YouTube, por ejemplo, realiza este tipo de quedadas en las que habla con su audiencia y, sorprendentemente, el impacto que genera es enorme. Pero de igual modo, a la hora de transmitir eventos al momento, desde la propia perspectiva, y dejar que otros vean lo que está ocurriendo, lo comenten y lo difundan. Internet se aproxima, cada vez más, a la visualización de la vida ordinaria.

1.7 ¿Y los blogs?

Aunque sea indiscutiblemente cierto que las redes sociales nos han acostumbrado a mensajes breves y de consumo rápido, los blogs siguen siendo esenciales en la red. Bien por el contenido continuo generado en una mira dirección, bien por la fidelización que aportan y el material que proponen. No sólo se debe considerar como evangelización la acción eclesial hacia los más jóvenes, sino también en otros ámbitos. Por ejemplo, en la parte social, en las necesidades de las parejas y familias, en la reflexión sobre la situación actual. Un blog es un espacio todavía privilegiado para el fortalecimiento de un proyecto y la identidad. No sólo en cuanto a “identidad personal”, sino también colectiva o comunitaria. Recordar que los grandes buscadores leen

a diario estos espacios para posicionarlos en las consultas digitales del momento, y que un blog construido a conciencia en una línea, con muchas entradas hablando con palabras clave sobre el mismo asunto, tendrá una información visitada por miles de personas.

2 ¿Qué aportan las redes sociales a la nueva evangelización?

2.1 Entornos amplios y flexibles

Nunca antes en la historia ha existido un espacio de diálogo y proximidad tan amplio. Insistimos en que son millones de personas convocadas en un ámbito, más o menos común y compartido, lo cual contrasta con los bajos números de los perfiles que usamos. Es decir, que una primera cuestión en la que esforzarse notablemente es en el alcance de lo que hacemos en internet, dotándonos de herramientas de medición y análisis apropiadas. Porque lo que puede suceder, y de hecho sucede frecuentemente, en el intento de llegar a otros y dialogar con ellos, generando contenidos que pensamos que van a alcanzar a quien lo necesita y lo esté buscando, es quedarse hablando con los de siempre, con los amigos, los cercanos. En un número ciertamente mayor de lo que supondrían entornos analógicos, es cierto, pero sin calar hondamente en el asunto evangelizador. Por lo tanto, la oportunidad y la referencia de aquellas personas con las que queremos llegar a tener una relación de conocimiento y respeto, si no de valoración mutua y enriquecimiento, no puede perderse de vista constantemente. Son de elogiar las iniciativas de evangelización que tienden puentes y derriban muros, por usar una expresión ordinaria. Porque ciertamente las redes sociales, a poco que nos descuidemos, lo que causan por su misma lógica es el encuentro entre afines y sólo entre afines.

2.2 Personas que hablan con personas

De nuevo hay que insistir en la humanización de la red, en el trato posible entre personas dentro de este espacio. Un perfil, un mensaje, una imagen, un vídeo, cualquier contenido digital en sus distintas plataformas son siempre reflejo de una persona y su misma revelación. La palabra y la imagen, unidas o por separado, son las formas en las que la persona se da a conocer a sí misma, y en las que desea ser conocida. Esta sed por ser queridos, no sólo propia de los jóvenes, que puede derivar en excesos exhibicionistas, tiene un eco espectacular en internet. Todos lo vemos, quizá muy vinculado al aplauso (like) y el reconocimiento por aquello que se hace. Quizá la red sea, en este sentido, una oportunidad sublime para la evangelización, que "atraiga con lazos humanos". Pero igualmente, no sólo se muestra aquello mejor de lo mejor que somos, porque también observamos que hay una enorme facilidad para compartir lo negativo, la pesadumbre y la desesperación. Una constante entre los jóvenes suele ser decir que están aburridos para que otros les des-aburran o distraigan, o que están amargados, que no soportan su vida y sus exigencias, que les repele la toma de decisiones y la responsabilidad. También aquí cabe entablar diálogo prudente y productivo. Insisto en que no sólo los más jóvenes. Los adultos también exponen, de manera más sutil quizá, sus agobios, preocupaciones, limitaciones. Con esto, igualmente, tendríamos que repensar un lenguaje capaz de llegar a las personas.

2.3 La obligación de repensar la propia identidad

Lo más básico, por donde se empieza siempre al entrar en una red, es por la imagen y el mensaje esencial que nos define. A esto le llamamos identidad primera. El espacio es muy limitado y hay que escoger, por lo que ya es un gran interrogante. Pero lo que de ver-

dad constituye la propia identidad digital es la serie de publicaciones, con sus temas, sus hashtags, sus publicaciones y el mensaje que hay detrás ellas. Sus fuentes, sus referencias, las relaciones que establecemos. Identidad en la red no es lo que yo digo de mí simplemente, sino lo que hago y cómo interactúo. Aquí cabe, por consiguiente, ser un usuario cerrado que se va encerrando y radicalizando en sus posiciones progresivamente, a base de consumir sólo un tipo de "alimento digital" o tomar otro tipo de posición. De cara a la evangelización, por supuesto que lo fundamental no es la recreación en lo propio, sino mostrar la belleza del cristianismo en relación con otros. Es decir, la evangelización digital no sólo puede saltar constantemente ante noticias religiosas sino preocuparse activa y constantemente, con el esfuerzo que esto requiere, por hablar al corazón del hombre y la mujer de hoy. Esta es una buena identidad digital. Que nazca de la vida, que sea por tanto auténtica y transparente, no una impostura.

2.4 Reflejo real de nuestras sociedades

De lo anterior se extrae una de las cuestiones principales del éxito social, político y cultural de las redes sociales. Su amplio espectro, llegando a millones de usuarios activos en cada momento, aporta tal cantidad de datos sobre la persona y lo que vivimos, sin diferenciar adecuadamente lo que es público y privado, que nos desborda. La tecnología del Big-Data encuentra hoy sólo un problema: cómo analizar, en qué fijarse, qué destacar, cómo elaborar perfiles. Y está dando pasos enormes en esta dirección para afinar con detalle, incluso para ser capaz de diferenciar entre un usuario enamorado y uno cuya vida de pareja esté quebrando. Esto, de cara a la evangelización, es decir, a los asuntos que hay que abordar con urgencia, es vital. De lo contrario estaremos quizá transmitiendo un mensaje, como respuesta, a preguntas que hoy no se estén haciendo ni en el lenguaje ni en el fondo del lenguaje. O mejor aún, tenemos la oportunidad de generar respuestas adecuadas a quienes están preguntándose algo, sin saber quizá ni qué les está mordiendo la vida. Hablar por tanto de "sentido de la vida" quizá sea hoy un exceso, por el que nadie mostrará interés; pero en este gran tema encontramos aspectos particulares, a partir de los cuales sí es posible encontrar una audiencia interesada en escuchar algo diferente.

2.5 La exigencia de la coherencia.

Exposición, no refugio

La gran resistencia que encuentro al hablar con otras personas sobre la actualidad de las redes sociales en proyectos de evangelización suele ser la excesiva exposición que demandan. Abrir un canal de YouTube, por ejemplo, es "dar la cara" en un grado que antes no existía. Pero cuando tratamos este tema, lo que descubrimos no es la mera exposición sino la exigencia de la coherencia. El Evangelio no es, como puedan ser otros discursos, algo de que quepa hablar de verdad sin verse impli-



cado, y sin saberse limitado. El evangelizador no es un ser muy poderoso y muy sabio, sino aquel que con su vida sostiene un amor más grande que él mismo, y a quien esto le produce una inmensa alegría y paz. Entonces, cómo no comunicárselo a otros, no para hablar del propio bien, sino para compartir el tesoro encontrado. Cualquier red social invita hoy muy decididamente a tratar aquello en lo que nos hemos involucrado cotidianamente. Y a hacerlo tomando partido, eligiendo y optando, seleccionando una perspectiva. Esta reflexión sobre lo que hacemos, día a día, sin que valgan exclusivamente los grandes momentos y encuentros, es determinante en la evangelización.

3 ¿Qué aporta la nueva evangelización a las redes sociales?

3.1 *Voz discordante con la mayoría*

Las redes sociales constituyen, lamentablemente, un espacio en el que se da voz casi única al pensamiento dominante. Que además va arrasando a su paso cualquier otra propuesta. El discurso del odio, incluso cuando se quiere afrontar la barbarie, crece. Y las propuestas de vida suelen caer no pocas veces, por las exigencias de brevedad del marco digital, en la superficialidad. En este panorama real, la Iglesia que evangeliza está llamada a hablar de otro modo y de otros asuntos. El reto está entonces en cómo ser significativos en este entorno dialogando con el gran público (no olvidemos que las redes sociales son espacio público) y, al mismo tiempo, seguir hablando a las personas de carne y hueso.

3.2 *La presencia de Dios en la historia*

Si los cristianos no hablamos de Dios con libertad y con finura, como realidad quedará vinculada exclusivamente a lo institucional, que

ya sabemos que está muy denostado y en crisis de credibilidad. La evangelización es hoy poner en valor y despertar la mirada hacia la presencia de Dios en la historia, pues también las redes sociales están dentro del plan y proyecto de salvación de Dios. Sin duda, en la red late una llamada a la comunión, a la superación de las lenguas, a la no división de la humanidad en sus fronteras. Cualquier cosa entonces menos vivir en el anonimato, o escudados en la institucionalidad, o callarse las propias vivencias en las que Dios se hace presente. ¿No es hoy provocador decir lo muy felices que nos hace Dios, lo amados que nos sentimos por Cristo? ¿No es hoy muy significativo hacer valer la transformación y el compromiso de la iglesia –los cristianos– por un mundo mejor, más justo?

3.3 *La capacidad para hacer preguntas*

Parto de que a nadie le interesa habitualmente recibir preguntas incómodas. Pero sí agradece que alguien le ayude a poner palabras a la mordiente interna que se vive, fruto de los acontecimientos que suceden en la existencia. La Iglesia, maestra en comunión y discernimiento, bien puede ser hoy un espacio en el que se hagan buenas preguntas, que también dirijan la razón y el corazón en una dirección. En este sentido es muy llamativo constatar hoy que, si bien decimos que la sociedad es relativista, lo que internet provoca como voz única es que no todo vale, que hay límites para lo humano y su felicidad.

Pero también son reflejo de una cultura que no sabe qué hacer con el aburrimiento y que opta por la distracción, que finalmente aburre igualmente. ¿No será un tiempo propicio para formular preguntas más que dogmáticas respuestas? ¿No convendrá dejar para un momento posterior la profundización y los matices, y convivir con otros en esos misterios en los que toda persona llega un momento en los que se ve involucrada?

3.4 *Ir más allá de la propia red, hacia la presencialidad*

Constatar que la red no lo abarca todo, ni cubre todo lo humano. Un fruto tan esencial como real de la evangelización será el abandonar el móvil o el ordenador y quedar con otro para hablar, conocerse y estar juntos. Este es, a mi modo de ver, el indicador mayor de la evangelización, y donde de verdad las personas se ponen mutuamente a prueba en su disposición y actitud. Por supuesto que existen resistencias y siempre caben dudas. Quien alguna vez ha dado este paso tiene la sensación, que ya nos dice mucho de lo que son las redes sociales, de que, a pesar de cierta interacción, desconocemos con quién estamos hablando. El misterio del otro se hace patente una vez más, y esto es para celebrar. También Dios está en aquel que acogemos y a quien escuchamos.

3.5 *Apertura*

Es esencial repetir esta idea. Frente a los grupos cerrados, tenemos la oportunidad de situarnos en el mundo como una comunidad abierta y acogedora, que manifieste expresamente interés y amor por el prójimo, siendo como cristianos los primeros que demos el paso. Lo contrario de la apertura, que también percibo en la Iglesia digital, es la radicalización irracional de las posturas que no se sabe ni cómo justificar ni defender. ¿No os habéis fijado en que muchos tweets, por poner un ejemplo, del Papa Francisco los pueden leer, aplaudir y compartir personas no creyentes? ¡Esto es apertura significativa! ¡Generar comunicación y encuentro!

4 *Algunas propuestas concretas*

Para terminar el artículo, concretemos en algunos detalles que permitan, a quienes se inician, empezar centrados y, a quienes lleven un tiempo, reformular presencias y seguir

mejorando. Divido esta parte en cuestiones generales, válidas casi para toda presencia. Y otras en función de las redes sociales para la evangelización. Ya hay una selección, pues no vale cualquier espacio para los grandes proyectos digitales.

4.1 *Generales*

a) Aprender de los mejores

Los mejores no son sólo aquellos que tienen más éxito, aunque esto hay que considerarlo de verdad, sino los más activos digitalmente hablando. Muchos cristianos gastan parte de sus energías, y no conozco a nadie serio que no haya vivido la tentación de abandonar y dedicarse a otros asuntos, en esta comunicación. Se forman, aprenden estrategias, replantean continuamente sus presencias en una dinámica constante de renovación y conversión.

b) Disfrutar en la red comunicando

También es una vocación, a la que Dios llama desde el entusiasmo y en la que resulta esencial dar fruto en ella (disfrutar). El fruto buscado, en ocasiones, no aparece, pero, sin embargo, se leen en la historia otro tipo de siembras y frutos, que no sabemos bien de dónde surgen y que nos hablan de Dios. Por ejemplo, quizá uno comienza su perfil de Twitter para hablar de educación y seleccionar unos cuantos artículos interesantes para su propia práctica, y termina dialogando sobre emociones, familia y juventud. O se ve involucrado en proyectos compartidos con otros.

c) No centrarse en uno mismo

Aunque la vida es la que evangeliza, en internet conviene hablar de algo concreto. Seleccionar por esto bien aquello que apasiona, que engancha interiormente y en lo que estaremos mejor situados. La Iglesia ya conoce, y sufre en no pocas circunstancias, la infertilidad de la autorreferencialidad. Como he dicho antes, una práctica general en las redes es hablar o

responder a lo que otros han escrito o compartido. Hacerlo con prudencia y sensatez, sin el ánimo interno de la crítica poseedora de la verdad, genera enormes vínculos de reconocimiento. Y, en no pocas ocasiones, es puerta para curar heridas y reconstruir la credibilidad perdida por la Iglesia. Un twittero o youtuber que actúa así, pronto encontrará personas en actitud de dialogar, con ganas de dar un paso más allá de lo que viven. Es imprescindible crear comunidad en la red, abrir huecos y espacios a los demás, no sentirse más solo de lo necesario.

d) Cuidar la estética

Existe una responsabilidad de la que siempre hablamos, pero que no terminamos de sanar del todo, en relación a la belleza. Las imágenes a las que muchos cristianos tradicionalmente están acostumbrados no es que no digan nada a otros, sino que en ocasiones provocan rechazo. De modo que la Iglesia, con la actuación de un cristiano, también se ve comprometida. Porque lo que en el fondo se recibe en el espacio público es que la Iglesia sigue siendo de otros tiempos.

La responsabilidad estética, tanto en aquello que se deja ver como en lo que se dice, supone una serie de responsabilidades que en última instancia son incluso teológicas. ¿La belleza transmite y aproxima a Dios, o Dios se deja encontrar en la belleza?

e) Genera experiencias de usuario

¿Se puede vivir algo así? Por supuesto: experiencias en las que quienes vean tu perfil encuentren algo útil, práctico, que estaban buscando; experiencias de humor, de alegría, de felicidad, que despierten una sonrisa; experiencias de compromiso, que revelen aquello que se puede hacer e inviten a implicarse; experiencias de diálogo, frente a la soledad o el aburrimiento antes mencionado, donde la gente sea escuchada; experiencias de valoración personal, de ánimo para quien lo necesi-

te. En el fondo, antes de dar un paso en la red, pregúntate para qué y para quién está, y qué se llevará después de estar un rato contigo.

4.2 Twitter

a) Constancia

Determinar en un plan cuál es el objetivo del perfil y la frecuencia de las publicaciones, siendo fiel a un estilo y forma de comunicar y dialogar. Lo cual se puede, por tanto, planificar con cierto tiempo. La brevedad del mensaje, que diga algo destacado, acompañado por un hashtag o una imagen significativa.

b) Interacción

Pero también Twitter permite, a diferencia de otras redes, entrar en diálogos fecundos, porque fácilmente se encuentran otras personas activas en la red, a las que responder. Aunque la impresión de muchos es que la red del pajarito sea una lluvia constante de noticias, lo más relevante en ocasiones son los llamados "hilos" (conversaciones), en los que puede participar cualquier otro usuario.

c) Buen uso del hashtag

La idea primera fue de Twitter, y es una de las mejores formas de ordenar el caos de mensajes continuos. Estas etiquetas hacen visible nuestros contenidos a personas que no nos siguen y con las que compartimos intereses comunes. Más que hacer relevante un hashtag creado por uno mismo, otra buena práctica es participar activamente en estos macrotemas comunes en la red. Esto dará una visibilidad progresivamente mucho mayor al perfil y atraerá nuevos seguidores.

4.3 Facebook

a) Familiaridad y comunidad

Facebook es un macro-entorno. Como he dicho, antes fue la red en la que desembarcaron millones de personas, que ya tienen sus redes hechas con personas de algún modo

familiares. Conviene mucho cuidar estas relaciones porque son las que propician la difusión, más que mostrar afán por tener más y más amigos. Es una labor en círculos concéntricos, en el que un grupo concreto y definido de personas con las que interactuamos constituyen la primera comunidad que hace posible alcanzar a otros. De aquí que sean esenciales los grupos.

b) Uso de páginas

Son espacios que Facebook quiere desarrollar más, y también monetizar. En los que los usuarios destacados hagan esfuerzos para que sus contenidos sigan siendo relevantes. Se llega a una página nueva bien a través de una búsqueda, o bien porque afines a ese sitio lo comparten con frecuencia. Es así como estos lugares, que muchos también usan como pseudo-perfiles personales, crecen y generan impacto. Las publicaciones en estas páginas, aunque vale este comentario para toda la red, deben ser limitadas.

c) Posicionamiento

El algoritmo se modifica casi a diario, pero hay que atender mucho a las grandes transformaciones. Es fundamental comprender que Facebook va a servir a otros usuarios, primando unos contenidos sobre otros: los vídeos que se incrusten en la propia red y no dirijan a otros espacios. El objetivo a corto plazo de Facebook es la competición con YouTube por los audiovisuales relacionados con la propia vida, que no lleve tiempo editar. Entre ellos, muy especialmente los directos en los que otros amigos puedan participar con sus mensajes, comentarios, likes... ¡Sobre todo comentarios!

4.4 Instagram

a) Una imagen, más que mil...

Esta red es la más usada, con diferencia, por los jóvenes españoles. Más desde sus últi-

mas modificaciones, que copian Snapchat. A mi modo de ver, el primer uso evangelizador que se debe hacer es el reconocimiento del otro, señalar su felicidad o animar en los tiempos difíciles. Lo mejor es comentar directamente las "Stories", pues son mensajes privados, no públicos. De ahí que el interés que se muestra sea directamente por el otro, no por la relevancia personal.

b) Saber mirar

Qué interesante para la nueva evangelización: observar, contemplar. Una forma de escuchar con hondura. Por un lado, al joven. Por otro, la propia realidad, para destacar lo bello o la vida misma. Mirar la presencia de Dios en el mundo y reflejarlo con #unafotoaldía. Pero lo que aquí encontraremos serán cosas que tampoco apetezca ver, porque el uso constante de esta red lleva a la destrucción de una privacidad a la que la humanidad ha estado acostumbrada. Muchos tienen la sensación de inmiscuirse en las vidas de los demás. Hace falta una educación en esta línea y comprender lo que los jóvenes están buscando, que es lo mismo que han buscado siempre: diferenciarse, reconocimiento, pertenencia, ánimos.

c) ¿Dejarse ver?

Efectivamente, aquí no cabe situarse detrás de palabras bonitas, anónimas o universales pero sin rostro. ¿La Iglesia no reflexionaba, con preocupación en el caso de la vida religiosa o sacerdotal, sobre la visibilidad antes incluso de Instagram? ¿No aparece en muchos documentos esta llamada y reclamo? Pues aquí hay una enorme oportunidad, sabiendo leer los signos de los tiempos. Alguno preguntará, ¿pero qué muestro? Y la respuesta es: lo que haces, dónde estás, con quién estás, qué te hace feliz, a quién rezas, por qué te acercas a los demás...

4.5 YouTube

a) Esquema del vídeo

Los vídeos responden a esquemas pensados. Los grandes youtubers hoy tienen entrada clásica y que les identifica, y un final igualmente reiterado. La estructura interna de un canal, siendo flexible, debe pensar en la comunidad a la que va dirigida, que hoy es principalmente de jóvenes. Estos vídeos suelen grabarse en entornos personales, como las habitaciones decoradas. El entorno da familiaridad. La longitud de un vídeo, sobre todo al inicio, no puede ser excesiva. Y hoy por hoy, comienzan a destacar las colaboraciones con otros o las respuestas entre *vblogs*.

b) Aprender a hablar delante de una cámara

No es fácil, requiere aprendizaje y entrenamiento. El estilo debe involucrar al que lo escucha y hacer partícipe a la comunidad de seguidores que difunden a su vez en blog y le dan relevancia con sus comentarios y "likes". Como casi todo, desde el inicio hay que buscar ese enganche y despertar el interés por "gastar el tiempo" en ese espacio. Para esto ayuda mucho ver aquello que consumen los jóvenes, comprender por qué se han hecho fans de este fenómeno.

c) Las necesidades van surgiendo

El posicionamiento de la Iglesia en YouTube es muy bajo. De modo que, si alguien busca contenido religioso, fácilmente lo primero que aparece son críticas. Por lo que hoy, vista la situación, creo que es una responsabilidad a la que se debe atender con cuidado. Sin preocuparse por el material de partida, pues los mismos móviles y algunas aplicaciones gratuitas nos permitirán grabar con bastante calidad. Aunque la mejora y el trabajo por hacer bien las cosas ya esté llevando a sacerdotes, religiosas y religiosos, incluso obispos, a preocuparse por editar sus contenidos conforme a las reglas que hoy dirigen este espacio.

4.6 Blogs

a) Pensamiento y reflexión

Sigue siendo fundamental, porque los blogs son referencias claras en determinados ámbitos. Si una pareja se queda embarazada, hoy se suscribirá a estos espacios cuando antes, a lo mejor, se pensaba si comprar o no una revista o un libro. Vivimos conforme a las ideas que tenemos. Pero también porque son esenciales en el estudio y formación de toda persona, se consultan a diario, motivan o desmotivan.

b) Palabras clave

El objetivo de un buen blog, para que los buscadores lo tomen como relevante, debe estar centrado en un campo definido. Cada entrada del blog debe contribuir a lo general, de ahí que sea muy importante la coordinación. Pero además cada entrada, a su vez, debe trabajar en una línea clara. Es muy importante que esta palabra clave se repita a lo largo del post, diga algo interesante y ordenado, aparezca bien posicionada en el título, en el primer párrafo y en las secciones. Así es como se recibe tráfico en un blog más allá del círculo próximo.

c) Capacidad de lectura

Nuestro interés por leer, incluso cuando buscamos algo, es limitado. Queremos encontrar respuestas rápidas y concretas. Por lo que la extensión de los artículos hoy es más importante que nunca. Los blogs no pueden pretender secuestrar la atención exclusiva de una persona durante mucho tiempo.

Dejo abierto el artículo, como invitación. Porque lo que hoy comentamos será, dentro de poco, muy revisable. Deseo que quien ha llegado hasta aquí me dé la oportunidad de continuar en diálogo: @josefer_juan

JOSÉ FERNANDO JUAN SANTOS
Youtube: joseferjuan
Twitter: @josefer_juan

PASTORAL FAMILIAR y de PAREJA



REFLEXIONAR CON LA AMORIS LAETITIA

Materiales para el trabajo con grupos

Fernando Sebastián. P.V.P. 8 €

MATRIMONIO Y FAMILIA

Acompañar, discernir e integrar desde la exhortación *Amoris laetitia*

Eugenio Alburquerque. P.V.P. 8 €

PARA VIVIR LA ALEGRÍA DEL AMOR

Fichas para trabajar en grupo la *Amoris Laetitia*

Eugenio Alburquerque. P.V.P. 10,75 €



FAMILIAS EN SITUACIONES DIFÍCILES: UN ABRAZO DESDE LA IGLESIA

Robert Kimball, Mª Carmen Zurbano. P.V.P. 6 €



EL CAMINO DEL AMOR

Del noviazgo al amor esperanzado

José-Román Flecha. P.V.P. 9 €

ATREVERSE A DECIR «SÍ» DESDE LA FE

En camino hacia el matrimonio

R. Weimann, M. Graulich. P.V.P. 12 €



NOVEDAD

VIVIR EN PAREJA:

EL ARTE DE ENFRENTAR LOS CONFLICTOS

Programa psicoeducativo para parejas

Adriana Wagner (coord.). P.V.P. 16 €

SEPARADOS, PERO SIEMPRE PADRES

Los desafíos educativos de los padres separados y divorciados

Alessandro Ricci. P.V.P. 12,30 €



✉ >> Calle Alcalá 166. 28028 Madrid

☎ 91 725 20 00 • 📠 91 726 25 70 @sei@editorialccs.com



Síguenos: facebook.com /EditorialCCS

@EditorialCCS

... y mucho más en www.editorialccs.com