



OBRAS MISIONALES PONTIFICIAS

Dirección Nacional
C/ Fray Juan Gil, 5
28002 MADRID (ESPAÑA)

Termina la 71 Semana Española de Misionología, en su edición más digital

La 71 Semana Española de Misionología ha sido clausurada este medio día. Ante los cerca de 170 asistentes, grandes expertos de la comunicación de diferentes ámbitos han compartido sus reflexiones sobre “Misión y Redes”. En esta Semana dedicada especialmente a las redes sociales, se han conseguido cerca de seis millones de impresiones en Twitter, y todo ha sido retransmitido por streaming. La Semana ha terminado con las conferencias de Jesús Colina, periodista fundador de Aleteia.org, y de monseñor Ginés García Beltrán, obispo de Getafe y presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social.

“Los móviles podrían quedar obsoletos en 2025”, “En 2045 las personas podrán convertirse en ciborgs”. Son algunas de las pinceladas de futuro que ha esbozado Jesús Colina en la primera conferencia de la mañana. Ante esta realidad, la Iglesia tiene que estar preparada, ya que, según ha defendido, la situación creada por internet y las redes sociales es una gran oportunidad para la Iglesia.

Al igual que los demás ponentes, Colina ha explicado que internet ha provocado un cambio antropológico que va más allá de lo tecnológico: ha transformado la forma de relacionarse. Ha advertido que las plataformas digitales crean filtros según el historial de cada persona, y poco a poco van creando burbujas en las que solo se ofrecen al usuario los temas que le interesan. Y esto, según ha explicado, es un reto para la Evangelización, porque la Iglesia tiene que ser capaz de romper las burbujas para hacer llegar la Buena Noticia y poder establecer relaciones con las personas.

“Hay algo que ningún algoritmo puede detener, y es que yo comparta algo con alguien”, ha afirmado. ¿Y cómo se consiguen mensajes que merezcan ser compartidos? Se trata de buscar el mensaje adecuado, que esté dirigido en el momento adecuado a la inteligencia y al corazón, respetando los formatos. “El 75% del éxito de un contenido depende del título”. La

evangelización, según ha explicado, tiene que aprender a escuchar lo que la gente quiere y busca, para salir al encuentro en tono positivo y no polémico, para lograr el acompañamiento.

Con la mirada puesta en el futuro, Colina ha explicado por dónde van las tendencias tecnológicas. “Cada vez habrá menos condicionamientos de tiempo y el espacio”. ¿Cómo? Con la realidad aumentada y virtual. En cuanto al futuro de la Iglesia, Colina ha esbozado el problema que presenta la crisis demográfica. “Hay algo que puede alterar toda esta tendencia: la evangelización”, ha explicado. “Si no hacemos una conversión pastoral para asumir esta realidad, seguiremos perdiendo el tren”. Ha animado a tomar el ejemplo de las Obras Misionales Pontificias, que fueron pioneras en el uso del cine y de los cómics.

“No sé cuál será el nuevo evento evangelizador de la historia, pero sí estoy seguro de que el futuro de la evangelización pasa por las redes”. Colina ha recordado que el Papa Francisco ha convocado para toda la Iglesia un mes misionero extraordinario en toda la Iglesia, y ha lanzado el reto a los asistentes a coordinarse para poder llevar el mensaje a mucha gente a través de las nuevas redes.

La presencia de los misioneros en los medios favorece a la Iglesia

Monseñor Ginés García Beltrán, obispo de Getafe y presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación ha sido el encargado de impartir la conferencia de clausura de la Semana. El prelado ha reiterado a través de varios documentos del magisterio pontificio la importancia de la comunicación para la Misión de la Iglesia, y ha explicado las oportunidades y los riesgos que tienen los nuevos medios para esa comunicación. “Todos tenemos que perder el miedo a los medios”.

Monseñor Beltrán ha recordado que con un solo tuit se puede llegar a mucha más gente que la que llena la catedral. “Con los nuevos medios podemos llegar más rápido a más personas”, ha afirmado. Posteriormente ha reflexionado acerca de la presencia de la Misión de la Iglesia en los medios. Según ha defendido “hay dos titulares que siempre triunfan: la caridad y los misioneros”. Ha explicado que las noticias misioneras gozan de buena salud en los medios “aunque hay que seguir trabajando”, porque cuanto más se hable de la Misión, más amor se suscitará hacia ella, más ayudas se conseguirán, y se dará voz a los más pobres. “Todo lo que hable bien de los misioneros, habla bien de la Iglesia”, ha defendido.

Desde otro punto de vista, ha analizado de qué forma los nuevos medios pueden ayudar a la misión de la Iglesia y ha mostrado que ofrecen grandes oportunidades. “Las tecnologías nos han

creado un atajo”. Pero para poder llegar, es necesario conseguir los lenguajes y establecer puentes de confianza. Consciente de la Evangelización en internet no es completa pero sí necesaria, ha defendido que todos somos misioneros en el mundo digital, “especialmente los jóvenes”.

Monseñor Fidel Herráez, arzobispo de Burgos y monseñor Francisco Pérez, arzobispo de Pamplona y presidente de la Comisión Episcopal de Misiones, han cerrado la Semana, y han invitado a los asistentes a seguir adelante con valentía, y a aplicar todo lo aprendido en esta semana de formación misionera.

Presencia en las redes sociales.

La 71 Semana Española de Misionología, dedicada a las redes sociales, ha predicado con el ejemplo: por primera vez, todas las ponencias y mesas redondas se han retransmitido por streaming, y se han contado en directo en las redes sociales. Se ha llegado cerca de los 6 millones de impresiones en Twitter, y se han multiplicado por cinco las visitas en el perfil de Facebook.

Para más información y entrevistas:

Carlos Izquierdo Yusta

Secretaría de la Semana

618 169 129

carlosyusta@gmail.com

Paula Rivas Chéliz

Prensa OMP España

91 590 29 43

prensa@omp.es