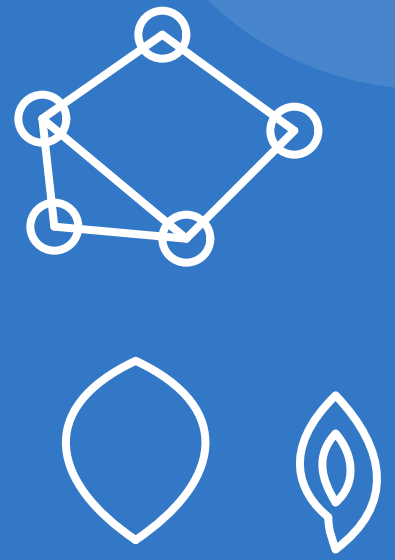
PROYECTO CLICK

Cimientos digitales

de la improvisación a la estrategia

Alberto Plaza Llorente

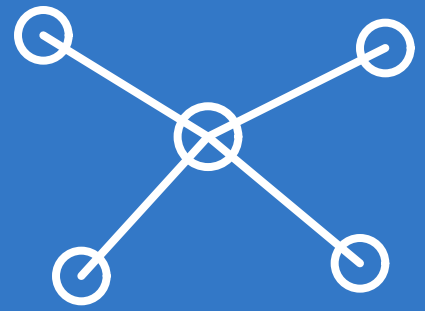


Comunicar también es evangelizar.

Mapa rápido

Cinco bloques, una sola idea de fondo

1. Historia de un fracaso
2. ¿A quién hablamos y qué queremos contar?
3. De la improvisación a la estrategia
4. Construir equipo: comunicar es tarea de todos
5. Cinco claves y tres retos para comenzar



Las herramientas cambian. La misión permanece.

1. Historia de un fracaso

2006 · carteles, SMS, Tuenti… y problemas muy parecidos

- Contar mi historia no es nostalgia: es ver que ahora muchas cosas siguen siendo casi iguales.
- Cuando digo «cartel», podéis pensar en reel, story o carrusel.
- Queríamos llegar a los jóvenes, pero muchas veces seguíamos pendientes del periódico.
- Los números importan. Pero la misión no se puede reducir a los números.

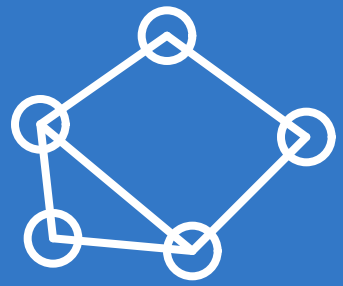


Hemos conseguido que el cartel se mueva.

2. ¿A quién hablamos?

Destinatarios, misión y edadismo

- Redes horizontales: estar en medio del mundo, no solo entre nosotros.
- WhatsApp sirve para los nuestros. No basta para la misión.
- «¿Hay que dejar Facebook?». ¡Pero si están sus abuelas!
- La Iglesia no son cursos de un instituto: generaciones distintas, una misma familia.

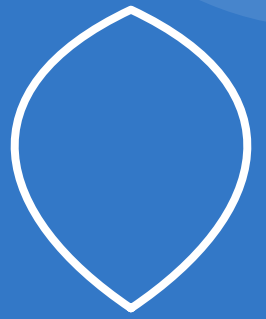


La Iglesia es eternamente joven.

Lenguaje y autenticidad

Impacto, humor y criterio

- No hace falta disfrazarse de joven para hablar a los jóvenes.
- Hay que buscar impacto, pero con criterio.
- Hay que tener humor, pero con criterio.
- Cristo no cambia porque cambie la aplicación de moda.

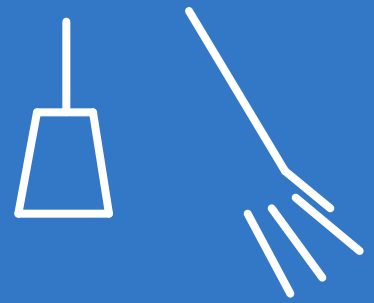


No debemos confundir la novedad de las herramientas con la novedad del Evangelio.

3. De la improvisación a la estrategia

La escoba, el cogedor y un plan sencillo

- ¿A quién queremos llegar?
- ¿Qué queremos conseguir?
- ¿Cómo y dónde vamos a contarlo?
- ¿Cuándo lo vamos a publicar?



Planificar… para poder cambiar los planes.

Una actividad se comunica tres veces

Antes · durante · después

- Antes: despertar interés, explicar, convocar.
- Durante: mostrar lo que sucede, compartir momentos.
- Después: recoger testimonios y dar continuidad.
- La comunicación forma parte de la pastoral. No va al final.



La comunicación no empieza cuando terminamos de organizar la pastoral.

Cracovia 2016

Improvisación, oportunidad… y troles

- Un móvil, mis datos, una Nikon rota y ningún equipo previsto.
- Directo de la Salve Rociera en Częstochowa: unas 200.000 visualizaciones.
- También llegaron críticas y troles.
- Improvisar puede funcionar… pero no puede ser el sistema.



Comunicar también es saber gestionar las reacciones.

4. Construir equipo

Dedicación, criterio, autonomía y confianza

- Dedicad de verdad a alguien a comunicar. Pensar también es trabajar.
- Los jóvenes deben estar… no solo por ser jóvenes, sino porque pueden aportar, porque también es su misión.
- Subsidiariedad: coordinación sí; control absoluto, no.
- Photoshop no hace diseñadores. Instagram no hace comunicadores.

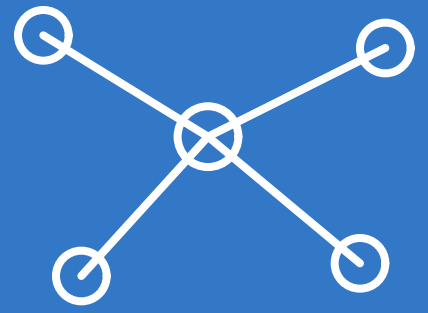


Para llevar una cuenta de Pastoral con Jóvenes no hace falta tener el carné joven. Hace falta saber qué estamos haciendo y para qué.

Cuentas amigas

Diócesis, pastoral juvenil y cuentas personales

- No competir: coordinarse, coexistir y promocionarse mutuamente.
- Son dos marcas de una marca mayor: la Iglesia.
- Si una cuenta solo comparte lo que le da protagonismo, conviene preguntarse por qué.
- No importa que gane mi cuenta. Importa que llegue el mensaje.



¿Queremos anunciar a Jesucristo o anunciarnos a nosotros mismos?

5. Cinco claves

Lo que sí me llevaría a casa

- Pensar
- Escuchar
- Contar
- Organizar
- Acompañar



Lo afectivo es lo efectivo.

Tres retos para empezar

Sencillos, concretos y realizables

- 1. Reúne a dos o tres personas y encomienda una coordinación real.
- 2. Escribe tres objetivos para este curso (no tres cifras de seguidores).
- 3. Prepara un calendario sencillo para las próximas dos semanas.

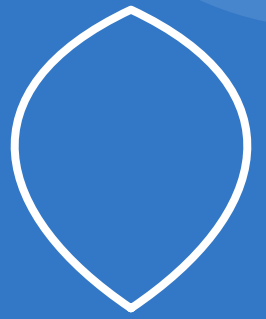


Si mientras tanto sucede algo mejor, cambiadlo sin miedo.

Cierre

La comunicación forma parte de la evangelización

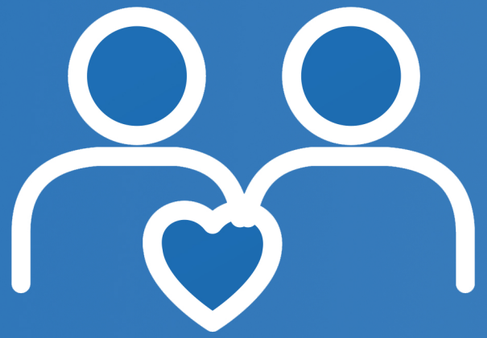
- Antes dependíamos de un periódico. Hoy tenemos canales propios.
- Los jóvenes no son solo destinatarios: son los verdaderos misioneros.
- Queremos que lo que empieza en una pantalla tenga consecuencias reales.
- No buscamos solo interacción digital: buscamos encuentro, comunidad y fe.



La Iglesia es eternamente joven porque anuncia a Jesucristo.







Del corazón de Instagram
al latido del hermano.







Del fueguito en Instagram
a abrasarse con el fuego del Espíritu.