

2011 estaba marcado por un gran evento, la Jornada Mundial de la Juventud que tendría lugar en agosto.

Iba a suponer un gran momento, no solo por el movimiento que se iba a generar, sino por el contexto en el que estábamos. Por esto, la JMJ se convertía en una **oportunidad** para dar una imagen más real y cercana de la Iglesia.

Catholic Voices
Modelo: vídeo
Canal: YouTube

Octubre 2010. Temas controvertidos en forma de pregunta trampa:
60

Por qué Dios permite las catástrofes
Dios, una respuesta fácil
Por qué hay tantos curas pedófilos
Por que la Iglesia no vende todo y lo da a los pobres
JPII o BXVI

Buscando personas: casting
Grupos de documentación y estudio. Cómo se preparon debates.
Importancia de tener una opinión personal.
Tener algo que decir.

Dedicamos muchas horas a debatir y a estudiar los temas, y a aprender nociones básicas de *media training*.

persuadir es una actividad interesante porque *es mucho mejor decir una cosa bien que decirla mal*, es mejor utilizar las mejores imágenes que las peores imágenes. Es importante cuidar la forma de la comunicación porque sin una forma adecuada el fondo no llega.

La comunicación se dedica a dar forma a los mensajes, se dedica de una manera fuerte a la presentación de los mensajes

De los 60 temas los reducimos a 25. Responder en 1'5. Sin agotar el tema.

Delante de la cámara.

El fracaso de febrero 2011

Los vídeos de mayo 2011

Poner el vídeo de aborto/violación o el de las relaciones prematrimoniales.

El final de la historia fue solo el principio. Los vídeos toman vida propia. Las redes sociales, que es donde está la gente.

Al mismo tiempo, los vídeos tuvieron una gran acogida entre jóvenes de todo el mundo, y recibimos mails de chicos y chicas de diversos países ofreciéndonos su colaboración para subtitar los vídeos en sus idiomas respectivos. También recibimos peticiones de canales de televisión católicos de varios países, pidiéndonos permiso de emisión.

El artículo en Público, papel, digital. El Mundo, portada en su versión on line y la polémica.

Los desayunos de TVE.

La gestión de la polémica. Reacción de los chicos.

Vídeo Góticos.

Bono en La Noria. No generar un problema a la JMJ.

Los subtítulos.

Catalán, euskera, gallego, español.

Chino, inglés, francés, portugués, alemán, italiano, checo, polaco, lituano, árabe.

Los vídeos siguen vivos.

TV, DVD, peticiones de otros países, etc.

Segunda tanda "Y después de la JMJ, qué? 8 vídeos

Lo que hemos aprendido:

1. La sonrisa. (Tono positivo. No enfadarse. No tomarnos demasiado en serio a nosotros mismos). Elaboración de los vídeos, respuesta a las críticas, intervención en los medios, etc.

2. Ponerse en el lugar del otro. No es una táctica, forma parte del núcleo mismo del mensaje cristiano, de la caridad, pero al mismo tiempo es una premisa básica para la comunicación eficaz.
3. La naturalidad y la sencillez no son algo espontáneo ni sencillo. Requieren muchas horas de trabajo. Estudio, reframing y media training. Para montar 25 vídeos grabamos más de 3.000.
4. Libertad y responsabilidad personales. Hablamos en nuestro nombre, no en nombre de la Iglesia.
5. Empezamos intentando responder a las preguntas de los demás y hemos terminado respondiendo a nuestras propias preguntas.