



Tendencias digitales

Adrián Pisabarro García
@adriantxupisi

Este artículo es un breve repaso por las tendencias tecnológicas que se están dando en este 2022. Estas novedades quizás te ayuden a decidir qué opciones pueden ser buenas a la hora de escoger tu proyecto evangelizador en tu movimiento.

Audio

La reinención de la radio, se le ha dado otros soportes diferentes. Las principales emisoras, lejos de desaparecer o reducir sus equipos y contenidos, generan *podcast* que son compartidos en redes. No solo las radios, movimientos, párrocos, monjas, grupos de fe como Hakuna, que nos proporciona el comentario del evangelio todos los días en un formato de 5 minutos y disponible en plataformas de audio de digitales.

La utilización de canales de voz como Discord, Twitter Space, bots 24/7, audios de WhatsApp o Telegram. Actualmente, otra de las tendencias son los audios para la realización de meditación o *mindfulness*.

Vídeo

El vídeo sigue siendo una de las herramientas que más impactan en las personas. Comenzando por el *liveStreaming* que es un formato útil para conectar con audiencias. El 97% de los españoles ya consume vídeo *online*, lo cual, hace replantear estrategias y que el *marketing* ya esté en esta onda. Tenemos un ejemplo como Cotelo (periodista, director de cine, guionista, productor y actor) que actualmente hace vídeos para la catequesis a través de YouTube. Ni hablar de Twitch, la plataforma morada, donde se realizan directos y en la que Daniel Pajuelo ha conseguido crear una comunidad en la que ha entrevistado a personas e incluso ha rezado con sus seguidores.

E-commerce

Venta a través de internet. Sí, se seguirán haciendo compras a través de la red y más, esta vez incluso a través de servicios de suscripción (como se hace ya con Netflix y otras plataformas similares), quién sabe si próximamente tendremos algún servicio influyente que nos ayude como cristianos, desde RPJ ya hemos lanzado nuestra suscripción de ayuda (<https://rpj.es/redpj/>) a través de micropagos, por ejemplo.

Aquí cabe mencionar que los jóvenes, sobre todo, en esta última temporada, también están teniendo cierta preocupación por el impacto medioambiental sobre el comercio electrónico.

Marketing de la influencia

Los *influencers* de Dios. Familias cristianas, sacerdotes, conventos, *posts* colaborativos... hacen que se muestren a través de redes como TikTok e Instagram como influyentes. Ejemplo de Instagram: @unafamilia_real o @papaymas, familias enseñándonos la vocación del matrimonio junto con su familia, enganchar a jóvenes a que observan vocaciones.

Por si quieres ampliar esta información, estas tendencias son proporcionadas por la IAB (Asociación mundial de comunicación, publicidad y marketing digital) junto con Adevinta (una gran empresa de *marketplaces*), el documento completo sin mis aportaciones se puede encontrar en esta web: <https://labur.eus/7uflw>

Presencialidad

Sin embargo, cabe destacar que el entorno digital es un complemento, un añadido, no podemos vivir la fe sin la presencia de la Iglesia o comunidad. Nos necesitamos unos a otros. Parte de la vida cristiana está en ser miembros de movimientos de fe, acompañados de personas que requieren interacción y esa presencia física.