

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Andrade, José Gabriel (Dias Patricia)</b>	<i>Religion at-hand: Overview of religious mobile apps</i>	19/04/2018 15:55	A201
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Mobile phones have played a pivotal role in the proliferation of screens in the last few years. In less than one decade, they became globally widespread and intensely used. The mobility and usefulness afforded turned them into the 21st century Swiss Army knife (Ling, 2004). As mobile phones and the internet converge into a variety of portable screened-devices (smartphones, tablets, smart watches), they are used for an even wider diversity of functions, and permeate all spheres of our lives. Religion is no exception. Religious objects that believers used to carry around, such as the Bible, prayers books or the rosary, have been remediated in mobile apps that have replaced them in our pockets and purses (Bolter & Grusin, 2001). Also, specific apps provide information on activities and schedules, connect believers, support the sharing of experiences, help keep up to date with religious leaders and events, and propose games directed at teaching children about religious themes. In this article, we present a critical overview of the religious apps available, taking a deeper look into the most used, in order to discuss the implications of such screen-based remediation of religion, both for believers and for religious institutions and structures. Our methodology is exploratory and combines desktop research with empirical data collection, using content analysis of the apps and interviews to a purposive sample (N = 4) as methods. Our findings reveal practices, perceptions and experiences regarding such apps, and point to the critical aspects of incorporating screened-devices into the religious sphere of our lives.

<b>Arriagada, Eduardo</b>	<i>Francisco viaja a Chile: una clase teórico y práctica de comunicaciones</i>	19/04/2018 16:20	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

En enero el Papa Francisco comenzó el quinto año de su papado viajando a Chile, país donde como jesuita realizó parte de su formación como sacerdote. A partir de las características de la crisis que experimenta la Iglesia chilena, se presentará la visita misma y el contenido de los discursos realizados como una clase de la nueva comunicación que se requieren para recuperar la confianza en las instituciones Católicas.

<b>Assor, Issac (Gil Pedro, Jamal Khalid, Mota Henrique, Quevedo Carlos)</b>	<i>The Radio Show "El Deus criou o mundo"</i>	17/04/2018 15:00	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Abstract assente

<b>Black, Jaime Lynn (De la Cierva Santiago)</b>	<i>Issues Management during Papal Trips (2015-2018) – Experiences, best practices and recommendations</i>	19/04/2018 15:00	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Papal trips are unique occasions for the Church to reinforce communion and to reach new people. Nevertheless, organizing a trip could be a huge challenge in terms of internal coordination, liturgical ceremonies, finding human and economic resources to prepare venues, volunteers training and other logistical questions. In front of such an overwhelming task, local organizers and communicators might dedicate most of the always-tight plans to organizational matters and neglect to think about content to improve the presence of Christian values in the public arena and to promote dialogue. Collecting experiences, analyzing them and indicating learning points might help future hosts of papal visits to anticipate the issues they will have to face before, during and after the trip, prepare adequately and handle those issues proactively and intelligently. This paper will have three parts. The first one is quantitative, and consists in two polls: one conducted among organizers and communicators of the papal trips in the last three years (2015-2018), and another with journalists who covered more than one papal trip in the past, to collect their experiences and suggestions. The second one will study those findings and explain the causes of those facts and figures. Finally, the third part focuses on specific and practical improvements for the next papal trips. Authors: Yago de la Cierva & Jamie Lynn Black

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Brito, José Maria</b>	<i>Ponto SJ - a "temperate climate" in the Portuguese Public Space. A new portal of the Jesuits in Portugal</i>	19/04/2018 15:55	A301
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Ponto SJ is a digital tool created in February 2018. It seeks to promote dialogue in the public space. We live in a time when the possibility of open and constructive dialogue is affected by the use of an extreme and populist language that prevents listening and readiness to understand each other's position. We need spaces that promote "a temperate climate", where it is possible to talk and look at reality with a broad horizon and a critical spirit. Rooted in the Christian tradition and assuming our bond to the Society of Jesus, we want Ponto SJ to be a Web Portal capable of bridging different spheres and groups within the Church and the society at large, promoting reflections about Politics, Faith, Justice, Culture and Education. In presenting Ponto SJ we wish to discuss the following topics: 1. Is dialogue possible with those who defend positions radically different from ours? How to "save the proposition of neighbor" (Ignatius de Loyola, SE 22) and put oneself in their place? 2. How to live plurality within the Church? 3. Create a temperate climate in the public space - brief evocation of Rev. Fr. Manuel Antunes (+ January 18, 1985)

<b>Brito Munita, Juan Ignacio</b>	<i>Francisco en Chile: un caso práctico de cooperación y apoyo</i>	19/04/2018 15:55	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

El Papa Francisco visitó Chile entre el 15 y el 18 de enero de 2018. El viaje supuso meses de preparativos que demandaron la colaboración de diversas instituciones católicas. Desde la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Andes nos propusimos cooperar, especialmente tomando en consideración el momento delicado que vive la Iglesia Católica en Chile, con una aguda pérdida de confianza en los últimos años. Definimos nuestra colaboración bajo el lema "Todo servicio": ayudaríamos en lo que se nos pidiera, poniendo a disposición de los organizadores de la visita papal nuestra experiencia académica, laboral y, también nuestra capacidad de improvisación cuando esta fuera solicitada. En ese sentido se desplegó la labor de la Facultad, en lo que constituye un caso práctico de cooperación y apoyo entre una Facultad de Comunicación y la comisión organizadora de la visita.

<b>Buscemi, Raffaele</b>	<i>La presenza online delle istituzioni della Chiesa: un linguaggio per ogni strumento</i>	17/04/2018 15:30	Alvaro del Portillo
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Così come offline adeguiamo il nostro registro linguistico, il tono e le modalità di comunicazione a seconda del contesto in cui ci troviamo e delle persone che stiamo interagendo anche la comunicazione online, il modo di essere e di stare online, delle istituzioni della Chiesa deve fare dei passi in avanti per parlare il linguaggio dello strumento che sta usando e capire a quale target si sta rivolgendo. Comunicare su Instagram ha un linguaggio e un audience notevolmente diversa (per anagrafica, interazioni etc) di Twitter, e un sito istituzionale non può essere trasferito come modo di approcciarsi a una pagina ufficiale di Facebook. Facciamo quindi un piccolo viaggio delle modalità dello "stare online" e come una istituzione della Chiesa può adeguare il suo messaggio a seconda degli strumenti che sceglie di utilizzare.

<b>Calvo Gracia, José Antonio</b>	<i>Iglesia e inmatriculaciones. La controversia como oportunidad de diálogo y presencia pública</i>	19/04/2018 15:00	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Cuando a principios de 2017 el Ayuntamiento de Zaragoza (España) decidió presentar una demanda judicial para reclamar la titularidad pública de la catedral del Salvador –La Seo– y de la iglesia de la Magdalena, dos templos icónicos de la ciudad, el Movimiento Hacia un Estado Laico (MHUEL) llevaba años de intensa reivindicación. Sin embargo, fue a partir de la iniciativa del consistorio cuando el tema entró con fuerza en la agenda de medios locales, nacionales e, incluso, del extranjero. ¿Cómo reaccionar ante un caso tan mediático como complejo? El Arzobispado de Zaragoza, guiado por un equipo interdisciplinar del ámbito de la comunicación, la historia y las ciencias jurídicas, apostó por estar presente en la esfera pública. Desde el respeto pero con un argumentario serio y contundente, tratando de convertir la controversia en oportunidad. Esta ponencia muestra el camino recorrido y explica las claves que permitieron cambiar el frame: del ataque a la institución a una experiencia positiva de diálogo y respeto en los medios.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Cancelo S., María De Las Mercedes (José Daniel Barquero Cabrero)</b>	<i>Iglesia y opinión pública. La construcción de la realidad a partir de los medios de comunicación</i>	17/04/2018 16:30	A105
---	---	---------------------	------

*Cognome, Nome* *Titolo della comunicazione* *Giorno e ora* *Aula*

El presente trabajo analiza la vinculación que establecen los medios de comunicación entre Iglesia, Estado y Sociedad tomando como análisis de caso España. La investigación ahonda en la perspectiva comunicativa desde el desarrollo informativo y de creación de opinión que ejercen los medios de comunicación. El objetivo principal es conocer el tratamiento que realizan los medios de comunicación de las noticias que hacen referencia directa a la Iglesia. No obstante, se ha planteado como objetivo específico conocer la relación y el grado de aceptación que tiene la institución de la Iglesia entre los medios de comunicación, concretamente el medio prensa. Por grado de aceptación entendemos si las noticias más relevantes han sido recogidas por el medio, si se les concede mayor o menor presencia, lo que atañe al número de páginas y columnas que ocupan, o si los hechos que narran son objetivos o presentan cierta intencionalidad. El análisis comprenderá dos periodos concretos, en el año 2013 coincidiendo con la noticia de la renuncia del Papa Benedicto XVI (11 de febrero de 2013) y la posterior elección del Papa Francisco (13 de marzo de 2013) y en el año 2017 desde 13 de marzo al 31 de diciembre, tras los primeros cuatro años del pontificado del Papa Francisco.

<b>Carballa Rivas, Noa María</b>	<i>Libertad de expresión y convivencia en la era del tuit en España. Entre el chiste y el delito.</i>	17/04/2018 16:00	A209
----------------------------------	---	---------------------	------

*Cognome, Nome* *Titolo della comunicazione* *Giorno e ora* *Aula*

Las redes sociales se han convertido en un espacio de intercambio de informaciones y opiniones. Cada vez son más frecuentes los asuntos que llegan a los tribunales por publicaciones de comentarios lesivos en Internet. Los límites a la expresión en las redes están en construcción, pero encaminados a una intervención pública constitucional en las opiniones de los internautas en una sociedad democrática. En esta comunicación se reflexiona sobre el diálogo y el respeto en las redes sociales, en particular, en Twitter, desde los chistes que se publican, como los memes sobre Puigdemont y el desafío independentista de Cataluña, hasta los delitos que se cometen, como los casos del político Guillermo Zapata o del torero Víctor Barrio.

<b>Codolar, Miquel</b>	<i>10 experiencias de colaboración con la Wikipedia</i>	17/04/2018 15:00	A207
------------------------	---	---------------------	------

*Cognome, Nome* *Titolo della comunicazione* *Giorno e ora* *Aula*

Para afrontar la avalancha informativa constante es necesaria una dieta informativa que no olvide los emisores creíbles y las informaciones que relacionan datos aislados y permiten formar una mentalidad crítica. En este contexto aparece como uno de los elementos clave la Wikipedia, la enciclopedia más utilizada. Sin embargo, después de constatar su importancia surge una pregunta: ¿Qué se puede hacer personalmente o desde una institución para colaborar en la mejora y extensión del conocimiento? Tras cuatro años de usuario activo en la Wikipedia y miembro de una asociación para la promoción del conocimiento libre, saco serie de conclusiones que sintetizo a través de algunas experiencias. Es una mala praxis buscar a alguien para que haga un cambio (1) o modificar un artículo con el que hay conflicto de intereses (2). Pero es una satisfacción hacer el artículo sobre una beatificación (3) o conseguir que Jesús de Nazaret sea artículo de calidad (4) y, además, premiado (5). Las instituciones pueden subir fotos (6), liberar contenidos (7), impulsar wikimaratonos de un determinado ámbito como de la religión en una universidad (8), fomentar proyectos docentes donde se evalúen artículos de los alumnos (9), y siempre se disfruta aprendiendo y conociendo a otros voluntarios e instituciones (10).

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Covino, Maria</b>	<i>“As if he were bursting with some good news” – Chesterton e la Verità che fa sempre notizia</i>	19/04/2018 15:25	A301
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Il presente contributo ambisce a fare una sintesi del punto di vista del giornalista inglese Gilbert Keith Chesterton (1874-1936) sul rapporto tra verità, comunicazione e libertà di espressione. Il materiale da presentare verrà attinto dai suoi sei romanzi e dalla sua stessa vita. I passi logici saranno i seguenti: si inizierà da una presentazione dei concetti fondamentali di “verità” e “libertà” in Chesterton, si passerà poi all’analisi della figura del personaggio che scopre la verità e sente l’urgenza di comunicarla. Si osserverà che tale propagazione non si limita alla sfera privata, ma inonda anche la sfera pubblica, partendo, però, sempre da una scoperta che riguarda personalmente e intimamente il singolo. Si forma così un’identità forte, sicura e positiva, che si fonda sull’aver ricevuto e scoperto una “good news” straordinaria, che trasforma la vita in ogni minimo aspetto. La modalità di tale comunicazione è quella dialogica, in cui nell’ascolto si accolgono le differenti opinioni, senza però perdere il contatto con la verità. E grazie a tale dialogo, i personaggi maturano grazie alla relazione fondata sul rispetto. Tutto questo non si ferma al modo di Chesterton di concepire arte e giornalismo, ma è radicato nella sua vita: verrà portato ad esempio il suo rapporto di profonda stima con gli “avversari pubblici” e compagni d’armi di una vita Herbert George Wells e George Bernard Shaw.

<b>Cyril Victor, Joseph</b>	<i>The visit of Pope Francis in USA in the context of the public opinion and its impact on the American Church</i>	19/04/2018 16:20	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Large events leave a legacy and an impact. Addressing the information needs generated by the church’s extraordinary events like that of WYD or WMF or papal visit has challenged and reshaped the professional expertise of Church communicators. A substantial part of the hierarchy believes that Papal trips are successful and this paper has emerged from the ongoing research of the Press coverage of the papal visit of Francis in USA-2015 to examine that success. Pope’s stories are top performers causing 10 times more traffic than average be it social media, digital media, TV, radio, blogs and even press. The journalists act as catalysts to diffuse information where the Church, religion and Pope is brought into dialogue in the public arena. What are their prejudices and preoccupations assuming the given freedom of expression? What areas have helped them to better their reporting of papal visit from an objective perspective through the help of official church communication teams and channels? This research case study can serve as an assessment not only of the visit as well as the service of the professional Church communicators.

<b>Della Torre, Juan (Medina Fernández Raúl)</b>	<i>Communication: Adaptive Leadership and Dialogue in Organizations</i>	19/04/2018 16:20	A201
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

The Church from its origins lives the communication of the Gospel. That is why at different times it has needed to innovate its communication to be up to the changes in the world. Today we live in a hyper-communicated global world as never seen before. At the same time it is a world of diversity of values of human anthropologies. This represents an unprecedented challenge for the Church to be able to build bridges of dialogue with those who do not share their values and be able to build common responses. It means a great challenge for the exercise of Leadership both inside and outside the Church and a source of tensions that must be managed. Adaptive Leadership deals specifically with the change that gives the ability to thrive, in communities, in organizations, in the family, in the Church and in every other human organization. New environments and dreams require new strategies and capabilities, in addition to the leadership needed to mobilize them. Therefore leadership must necessarily confront questions of value, purpose, sense and process. The Adaptive success requires leadership that can orchestrate the multiple priorities of the different interested parties, define prosperity and then act. The Adaptive Leadership offers a different vision in how to face problems, in how to practice leadership with or without formal authority, the management of tension to be productive, the systemic approach to face strategic challenges and a concrete way to face the dialogue to be productive and co-create shared responses with the other. Everything to achieve in each action within the process transformations and personal and organizational learning.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Diaz Bohorquez, Juan Camilo</b>	<i>Comunicando una visita papal. La experiencia Colombia 2017</i>	17/04/2018 15:30	A105
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Los grandes eventos, aquellos que convocan a una enorme cantidad de personas, son grandes oportunidades de comunicar mensajes. Y para cualquier institución, su mensaje. Es el caso de la Iglesia Católica, que lleva varios años organizando eventos multitudinarios como las Jornadas Mundiales de la Juventud (JMJ) o los Encuentros Mundiales de Familias (EMF) que reúnen a millares de personas. Pero además de eso, son oportunidades para que la Iglesia transmita su ideario y por eso las comunicaciones juegan un papel fundamental. Así sucede con un evento como una visita papal, hecho que genera gran expectativa y que convoca a fieles y no fieles, y que se convierte en un espacio ideal para comunicar el mensaje pastoral que la Iglesia tiene para todos. Este documento pretende dar a conocer la experiencia del viaje apostólico del Papa Francisco a Colombia (6-10 de septiembre de 2017), destacando la importancia de las comunicaciones (plan de comunicaciones, estrategia digital, seminarios de formación a periodistas y voceros, estrategia #YoCubroAlPapa), pero también algunas líneas destacadas de trabajo a partir de la experiencia del autor, de miembros del equipo organizador y reportes oficiales para que la tarea de los futuros responsables de las comunicaciones sea lo más natural, sencilla y exitosa posible, teniendo claro los grandes dividendos pastorales que se pueden lograr.

<b>Dominic Elsy, Justin</b>	<i>The University as a space of Dialogue, Respect and Freedom: An exploration based on values conveyed in Institutional Videos</i>	17/04/2018 15:00	Benedetto XVI
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Institutional videos about a university/college often provide the idea that 'universities' are a place where dialogue, respect and freedom are formed virtually and helped to be flourished in the life of a person. The university is a place from where one can learn 'how to speak with respect', 'how to dialogue', and where one can 'express oneself freely'. In this paper, I would like to explore and elucidate those above said values of American universities by studying two institutional videos. The first one, Columbia University - "Columbia University: An Introduction" (14 minutes, 2010) promoted by a big university, an acclaimed documentary filmmaker, Ric Burns, featuring interviews with Columbia students, faculty and alumni. The second one, Hillsdale College - "What College Is Meant to Be - Hillsdale" (7 minutes, 2016) is a private and non-Catholic college, featuring interviews with Hillsdale students, faculty and alumni. These videos - and many others - express that the curriculum is basically rooted and meant to be a part of great understanding of the human being and it targets to be a fulfilled human being. University is a place where one is formed and shaped to be good human being with an idea of the Truth, God and Beautiful. University represents 'the entire world' and it provides broad-mindedness and receptiveness to its public. Then, the universities are not just the place where the intellectual arena is nurtured and promoted moreover, where Dialogue, Respect and Freedom of Expression in the Public Arena is encouraged.

<b>Doronzio, Ruggiero</b>	<i>Quando i governanti producono le fake news. Un caso storico</i>	19/04/2018 15:00	A301
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Il fenomeno delle fake news e della manipolazione delle notizie è un fenomeno "antico e sempre nuovo" e assume la forma degli strumenti di comunicazione di cui dispone una società. La storia dell'umanità è costellata di notizie false che hanno cambiato il suo corso, giustificato guerre, provocato cambi di governo e innescato rivoluzioni. Tra tanti casi emblematici c'è la singolare vicenda storica caratterizzata dallo scontro politico-istituzionale tra il re di Francia Filippo IV il Bello (1285-1314) e papa Bonifacio VIII (1230-1303) che ancora oggi rappresenta un paradigma nella fabbricazione di notizie false e nell'elaborazione di campagne di disinformazione istituzionale. Per la prima volta il conflitto tra Chiesa e Stato esce dal chiuso delle cancellerie per essere sottoposto al giudizio di un pubblico più vasto. Il re di Francia, per conquistare l'opinione pubblica, invece di fornire una corretta informazione istituzionale, falsifica i documenti diplomatici ed elabora una particolare strategia comunicativa per screditare l'avversario. La storia serve per dimostrare che strategie di comunicazione e di persuasione così attuali, che si servono anche della manipolazione di notizie e di documenti, in realtà erano già praticate diversi secoli fa.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Ehiemere, Leonard</b>	<i>BBC Travel Documentary Series and Its Respect For Other Cultures: An Example Of Michael Palins' Travel To The Amazonia (2012)</i>	19/04/2018 15:00	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

The BBC public broadcasting service through its travelling documentary series try to reach all corners of the globe entering into dialogue with different cultures. As we can read on its institutional website: "We respect each other, our partners and our audiences. We encourage diversity. Wherever we work we look at the cultural context to see what the solution might be. We aim to be open, honest and fair". In this paper presentation we will try to analyze how those values are reflected on a documentary travel series like "Brazil with Michael Palin" (4x100 minutes, 2012), specially in the episode where the famous comic actor and presenter is interacting with the uncontacted tribe of the Amazonia. They survive mostly by hunting or cultivating gardens in the forest with handmade tools. In some cases, they don't wear clothing and speak languages that aren't understood by almost anyone else on Earth. We discover in the BBC certain experiences of dialogue and respect for other people's way of life as we can witness in the interview with the chairman of the Amazon village in Brazil, the bedtime story of Michael Palin to children, their costumes for festivities and sport. In the midst of the vast changing world, for the indigenous people of the Amazonia, their health, culture, language and costumes remain their priorities. We will put our focus on how the BBC present those cultural characteristics, both from the narrative content (spoken text in the documentary) and also from the point of view of the technical aspects that can reflect a particular respect (or disrespect), like the kind of shots, gestures of the presenter, structure of the editing, etc.

<b>Encarnação, José Miguel</b>	<i>Macau (China): A free Diocese without Communication Office</i>	19/04/2018 15:55	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

In 2016 the Bishop of Macau rejected the creation of a Church Communication Office because of social and political reasons. In the paper the author explains how Macau Diocese manage the relation with media and society and enjoy some freedom to publish a Catholic Newspaper, several books and create video works. The paper confirms a very well known idea in Macau: journalistic self-censorship is the rule to survive. Highlights: "This short paper demonstrates how a Diocese can manage their relation with media without a Communication Office. In a certain way the Macau Diocese use several instruments to manage the information to and from media". "In fact a Communication Office could be an important instrument for the Macau Diocese but could be also a very precise target for local Government impose certain ideals".

<b>Franch Oviedo, María Del Rocío</b>	<i>Estado, libertad e interés superior del niño. Cuestiones éticas y legales</i>	19/04/2018 15:25	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

El interés superior del niño se ha erigido en los últimos decenios como principio fundamental del Derecho de Familia. Sin embargo, el Estado y los organismos internacionales han utilizado este principio para limitar la libertad de pensamiento, educativa y de expresión de los padres y educadores, estableciéndose el Estado como garante de todas las libertades e imponiendo un cambio social no requerido por la sociedad. El Derecho se convierte así en un instrumento manipulable y manipulado por el mainstream y los poderes públicos. La ponencia analiza el papel de los medios en todo el proceso y clarifica las cuestiones éticas y legales de la relación entre el Estado, el Derecho y la Libertad de expresión, tomando como ejemplo leyes a favor de la ideología de género o leyes LGTB en Europa.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Garrigó, Andrés</b>	<i>Producción y distribución internacional de películas y vídeos católicos: la experiencia de goya producciones</i>	17/04/2018 15:30	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

El mercado audiovisual de contenido cristiano está dominado mayoritariamente por las productoras protestantes. En el campo católico Goya Producciones se ha convertido en referente mundial en producción y distribución de películas, documentales y vídeos. Fundada en el año 2000, sus producciones han alcanzado a millones de espectadores de todos los continentes, a través del cine, la televisión y los diversos medios digitales. Esta comunicación expone los medios y criterios que han guiado este crecimiento en tantos países e idiomas, así como las dificultades y las estrategias aplicadas para superarlas. Se presentarán 3 casos emblemáticos de gestión integral de película ("Fátima el Último Misterio", "Poveda" y "Luz de Soledad"), desde su origen como idea hasta el estreno en salas de cines de todo el mundo y en total coordinación con la Institución que promueve el proyecto. Además se presentará el proyecto de Plataforma SVOD y TVOD "Encristiano Digital". Esta opción tecnológica vendría a resolver el problema de la lenta extinción del mercado del DVD. Es una apuesta por el futuro que a la vez resuelve las necesidades de las familias de acceder fácilmente a contenidos de calidad de inspiración católica.

<b>Genovese, Ignazio</b>	<i>La libertà religiosa nella Dignitatis humanae: dimensione sociale e orizzonte teologico</i>	17/04/2018 16:00	Benedetto XVI
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Il contributo proposto intende riflettere sul tema della libertà di espressione nella sfera pubblica con riferimento a una delle questioni più importanti del Concilio Vaticano II: quella della libertà religiosa. Com'è noto, il 7 dicembre del 1965 venne promulgata la dichiarazione conciliare Dignitatis humanae, nella quale si affermava che «la persona umana ha il diritto alla libertà religiosa» e si individuava il contenuto di tale libertà nel fatto che «gli esseri umani devono essere immuni dalla coercizione da parte dei singoli individui, di gruppi sociali e di qualsivoglia potere umano, così che in materia religiosa nessuno sia forzato ad agire contro la sua coscienza» (n. 1). Animati da queste premesse, cercheremo di analizzare il pronunciamento magisteriale muovendo dai termini fondativi che lo caratterizzano: dimensione sociale e orizzonte teologico. A questo scopo, articoleremo il nostro saggio in tre parti: 1. in primo luogo cercheremo di delineare e comprendere il nesso ineludibile fra libertà religiosa e dimensione sociale, ovvero fra l'esercizio pubblico e privato della religione; 2. in un secondo momento condurremo una più estesa riflessione circa il principio teologico che sta alla base della libertà di religione, ovvero la sovranità della coscienza e i suoi dettami; 3. infine, per cogliere il nesso esistente fra teologia e antropologia in merito al tema della libertà religiosa, le due dimensioni sopra citate saranno rilette in chiave antro-po-teologica.

<b>Gil, Pedro</b>	<i>The Radio Show "E Deus criou o mundo"</i>	17/04/2018 15:00	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Abstract assente

<b>Illanes Fernández, José Miguel</b>	<i>Argentina: Diplomatura en Comunicación de Iglesia</i>	17/04/2018 16:00	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Nacida en la tierra del Papa Francisco, desde su impronta que invita en todo terreno a la evolución, revisión de estructuras, miradas creativas sobre lo conocido y asombro ante lo nuevo que nos despierta en el día a día, esta Diplomatura en Comunicación de Iglesia DCI 2018 (organizado por Meraki [www.merakiorg.com](http://www.merakiorg.com)) propone un desafío intenso y dinámico para los comunicadores de la Buena Noticia del Evangelio: dialogar en forma permanente en todo ámbito con la cultura, los medios de comunicación, con/desde/hacia las redes sociales, y los actores actuales de nuestra sociedad, valiéndose de todas las herramientas disponibles --las que ya conocemos, las que irrumpen de la mano de la tecnología y las que se están gestando-- para tender puentes conceptuales y bien concretos a la hora de informar cuestiones eclesiales. La Universidad Católica de Cuyo es la casa de estudios que abre sus puertas virtuales a esta instancia de formación en comunicación eclesial que se instala en un espacio que ya genera expectativas en los públicos destinatarios: alumnos con voluntad de servir a la Iglesia desde la excelencia en su formación y con un espíritu moldeado en la fraterna pedagogía cristiana. El cuerpo de profesores tiene proyección nacional e internacional, refleja solidez profesional en sintonía plena con la actualidad que se quiere imprimir al mensaje evangélico y eclesial en todos sus estamentos.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Ioelu, Leata</b>	<i>To bake or not to bake; that seems to be the question (case study of Masterpiece Cakeshop v. Colorado Civil Rights Commission)</i>	17/04/2018 15:30	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

A Christian baker cannot in conscience create custom wedding cakes for same sex marriage ceremonies. The U.S Supreme Court will soon decide whether the baker is compelled by law "to bake or not to bake," and potentially convey a message that he deeply disagrees with. This case is the first to be considered by the U.S Supreme Court in the wake of the controversial 2015 Obergefell v. Hodges decision and will determine the way forward for same sex marriage ceremonies, free speech and religious freedom. The proposed case study will discuss the merits of the baker's case from a legal perspective and consider what impact the decision will have on the Church should the baker lose. The case study will also recommend a way forward, namely that the success of a pluralistic society demands the mutual respect and tolerance of different opinions and beliefs. The Constitution promises freedom to all, allowing "persons, within a lawful realm, to define and express their identity." This freedom supports a person's right to live and love according to his or her sexual orientation as much as it supports a person's right to live and work according to his or her sincerely held religious beliefs. It is proposed that the baker should not be compelled to convey a message that he deeply disagrees with and that the U.S Supreme Court should protect the right for individuals to have different beliefs and to decide for themselves what messages they want to express or celebrate.

<b>Klosowski, Michal</b>	<i>New and Traditional Media in Church Communication. Cooperation or competition?</i>	19/04/2018 15:25	A201
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

New media have changed the World, as we know it. The information available in Social Media has taken over to a large extent the way information flows and enable shaping the message in a way, that is more suited to the audience, challenging traditional mass media. What if we combine both, to spread the Gospel around the World? How to do it? The purpose of the text is to show how new and traditional media influence each other; how they shape each other and complement each other. This will be shown on the example of Church mass events, such as World Youth Day and World Meeting of Families. The second aim of the text is to show, how church fake news are created and spread out - how to use fact-checking in Church Communication? Maybe we should think about fake news as a unique opportunity to build viewership and a proper way to convince young people to trust more in Gospel? In the address for the World Communications Day, Pope Francis said. - The difficulty of unmasking and eliminating fake news is due also to the fact that many people interact in homogeneous digital environments impervious to differing perspectives and opinions. What would happen if this homogeneity were broken up thanks to the traditional mass media? Is it a chance to fight fake news?

<b>Margem, Leanna</b>	<i>"Vai na Fé" Interreligious dialogue in action</i>	17/04/2018 16:30	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

This study proposes an analysis of the radio show "Vai na Fé", presented daily at "Rádio Globo" network. For the first time a radio show with the goal of fostering dialogue between leaders of different faiths is broadcasted nationally. "Rádio Globo" was founded in 1944 during the last months of World War II with the aim of reaching out to the great Brazilian public. With a creative direction centred on the pillars of music, sports and news "Rádio Globo" took over the national radio audience leadership in 1964 and has maintained that position ever since. In 2001 the network launched yet another success with the show "Momento de Fé" hosted by the acclaimed Father Marcelo Rossi, which historically has surpassed the popularity of any other Brazilian radio show ever. With recent digital developments of the radio system, "Rádio Globo" has also undergone a artistic refurbishment and decided to launch a new programme based on a multi-faith discourse. The "Vai na Fé" show, on which this study is based, is a daily show hosted by Father Omar - Vicar to the Sanctuary Christ the Redeemer in Rio de Janeiro - in which he interviews leaders from various faiths on issues of life, well-being and spirituality. The show has the aim of promoting religious tolerance by highlighting common threads amongst different faiths and by doing so it supports the Church's role as a mediator of respect in our society.



**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Mcfadden, Edward</b>	<i>The Challenge of Christian Holidays to Secularism in the Public Square</i>	17/04/2018 16:30	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

This paper involves a case study dealing with the Archdiocese of Washington's ongoing federal legal challenge of a ban on "religious advertising" by Washington D.C.'s public transportation system. The paper's goal is to show the ongoing – and rising – clash between the secular culture and the faith culture (most specifically the Catholic faith). The paper will also address the irony of religious holidays, which for centuries were the provenance of the global Catholic Church, now being appropriated by the culture as secular holidays with no room for the very faith component that made them holidays in the first place. It will also show how the Communications Secretariat for the Archdiocese is both defending the faith, while also finding new ways to evangelize, expand inter-religious dialogue, and encourage practice of the Catholic faith both locally and nationally in the public square in spite of government and anti-Catholic forces' efforts and policies. At the time of this paper's presentation, the Archdiocese will have just concluded its Lenten public relations campaign: "The Light is On," which encourages Catholics to participate in the sacrament of Reconciliation. This campaign, likewise, is banned from public advertising on the public transportation system. This presentation would involve a written paper, along with a small number of images to be shared and to add context to the overall presentation.

<b>Mei, Rita</b>	<i>Attualità e necessità della Giornata Ecumenica del Dialogo cristiano-islamico</i>	17/04/2018 16:00	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Il dialogo interreligioso è stato, fin dal Concilio Vaticano II, uno degli aspetti, al contempo, più strategici e controverso tra le chiese cristiane e l'Islam. In risposta ai tragici attentati dell'11 settembre, il 4 novembre 2001 viene lanciato, su iniziativa di B. Salvarani e di G. Sarubbi, un Appello su scala nazionale per l'istituzione di una "Giornata del dialogo cristiano-islamico", sottoscritto da teologi, vescovi, pastori, ministri di culto, educatori alla pace e all'interculturalità, studiosi dell'Islam e responsabili di associazioni e chiese locali, a cui aderirono la CEI, la FCEI, alcune comunità islamiche facenti capo all'UCOII e, in una seconda fase, l'UGEI, le ACLI e i Giovani Musulmani d'Italia. Nel corso delle sedici edizioni svoltesi, l'iniziativa si è rilevata come una proposta di dialogo interreligioso di successo: è riuscita a far confrontare diverse confessioni cristiane con le diverse anime dell'Islam, spaziando tra tematiche di contenuto eterogeneo, coinvolgendo vari ambienti e livelli di sensibilità, rivisitando ed aggiornando vari aspetti del dialogo interreligioso (filosofici, teologici, antropologici, sociali). La progressiva strutturazione del tema cristiano-islamico si è arricchito di risvolti sociali, politici ed economici, finora sottovalutati, per diventare una questione di snodo centrale nel dibattito pubblico teso ad un futuro pacifico di tolleranza.

<b>Méndez Soria, Víctor Hugo</b>	<i>Evangelizar en el país más secularizado de América Latina</i>	19/04/2018 15:55	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

"Uruguay se caracteriza, por ser un país laicista. La Constitución de 1917 consagró la separación absoluta de la Iglesia y el Estado. La Iglesia perdió su preponderancia sociocultural y desde el Estado se articuló un imaginario colectivo prescindente de referentes religiosos. Cómo manejarse en un medio de tanta hostilidad? Sin embargo el tema religioso se ha instalado en la agenda. Para ello hemos organizado varias "campanas" publicitarias; 1) NAVIDAD CON JESUS. Se instrumento la difusión de colgar en el balcón de cada casa que quisiera identificarse con esta iniciativa, una balconera. La sorpresa fue que en vez de las 3.000 se terminaron colocando unas 40.000 balconeras. 2) SI A MARIA. Esta campaña fue motivada, debido a que el Consejo Departamental de Montevideo votó negativamente, la instalación de una imagen de la Virgen María. La campaña consistió en realizar tres spot, en uno de ellos donde se realizaba una entrevista a la población, preguntándole que significado tenía para ella la Virgen María. Dicho spot contó con mas de 190.000 reproducciones. Montevideo tiene una población de 1.200.000 personas. 3) CURSO A DISTANCIA "APRENDER A AMAR". La entidad pública de enseñanza lanzó una Guia de Educación Sexual basada en la "ideología de género". Frente a este intento de colonización se ha organizado una alternativa "APRENDER A AMAR". RESULTADO; En el primer lanzamiento de este curso, se han inscripto más de 1.200 alumnos con procedencia de 12 países de América Latina.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Morón Terrazas, Stephanie</b>	<i>Libertad de expresión en la esfera pública digital en tiempos ideologizados. Caso 'Ni una Menos Bolivia'</i>	17/04/2018 15:00	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

¿La libertad de expresión en redes sociales está regulada por una “ideología” que manifiesta preferencias por las personas que están adscritas a ella? Hago esta pregunta porque me parece pertinente plantearnos la cuestión sobre si la ideología feminista (en este caso) debe estar totalmente fracturada y separada del catolicismo, o es que una mujer puede ser feminista y católica expresando libremente su opinión ante temas como feminicidios, aborto, violencia sexual hacia la mujer, entre otros. El presente trabajo describirá cómo se genera libertad de expresión en la esfera pública digital mediante las redes sociales en éstos tiempos que son extremadamente ideologizados y que llevan en sí mismos una carga negativa hacia el catolicismo. Escogí el estudio de caso “Ni una Menos Bolivia” porque se han registrado casos de acoso cibernético, “ciberbullying” y rechazo por las mujeres que dieron su opinión y que se manifestaron como abiertamente católicas y feministas.

<b>Moynihan, Carolyn</b>	<i>MercatorNet after 13 years: 10 things we have learned about running the website</i>	19/04/2018 15:25	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

MercatorNet website has been going for nearly 13 years. Here are the headings of 10 things we have learned from running the site: (1) Responding to the news cycle (2) Finding regular contributors who understand our secular approach (3) Partnering with other sites (4) Identity issues (5) Blancing good news and bad news (6) Social media: building a MercatorNet community (7) Fundraising (8) How much time it takes (9) Succession planning (10) Looking forward.

<b>Pérez Martínez, Víctor Manuel (María Lasheras Laborda, María Dolores Rodríguez González)</b>	<i>La comunicación transmedia desde la Iglesia para una sociedad hiperconectada</i>	17/04/2018 15:30	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Las tecnologías que han surgido de la confluencia de los medios digitales y las posibilidades de conexión, a un nivel global e inmediato, que facilita internet están generando una narrativa particular adecuada a las características de los soportes utilizados y a las necesidades cognitivas de los usuarios. En el ámbito de la Comunicación en sus diversas áreas estos nuevos procesos están teniendo cada vez más interés porque se están generando experiencias y contenidos con los cuales las personas se sienten más identificadas. La Comunicación Institucional no es ajena a estas estrategias y se explora cada vez más con la construcción de un nuevo relato que acerquen los valores de la organización a sus públicos. Esta comunicación tiene la finalidad de plantear algunas líneas de reflexión sobre las posibilidades de la narrativa transmedia en el contexto de los objetivos de las Oficinas de Comunicación de la Iglesia. En la sociedad hiperconectada el discurso fragmentado e interactivo, escenario oportunista de la posverdad y las fake news, requiere de estrategias creativas fundamentadas en «la cultura del encuentro» para aportar valor a través de los códigos audiovisuales y estructuras narrativas surgidas recientemente. La narrativa transmedia es una oportunidad para la construcción de nuevos relatos eficaces y coherentes.

<b>Pimenta de Brito, António</b>	<i>A new learning paradigm of combining management &amp; pastoral: challenges and findings</i>	17/04/2018 16:00	Alvaro del Portillo
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Combining management and pastoral seems not an easy solution. A new learning paradigm can help to address this by emphasizing the importance of intergroup contact between managers inside and outside the church, where each group can learn from and with each other. The aim of this paper is to present a management programme developed and tested at a management university in Portugal under this new paradigm where managers inside and outside the church teach together. Results from the first two editions of the programme indicate benefits through developing mutual reciprocity and respect in contributing to tackling this challenge of combining management and pastoral. Keywords: new learning paradigm, university, management, church, pastoral.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Pimenta de Brito, Marta</b>	<i>An intergenerational approach combining two stigmatized concepts: "online dating" and "catholic"</i>	19/04/2018 15:00	A201
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

The concepts "online dating" and "catholic" seem to be both stigmatized. Combining both within an intergenerational approach could at first increase this stigma. Though the experience of almost three years seem to tend in another direction. The aim of this paper is to discuss the presence in media of a catholic online dating platform. Through a multi-informant research methodology, data will be presented to better guide the discussion. Individual, family, social, organizational and cultural variables will be presented according to its position in the access to catholic online dating – facilitators or barriers, and to the respective timing – different thresholds. This paper discusses either the freedom of expression on the internet and on social media as well as the positive experiences of dialogue and respect in the media. Keywords: online dating, catholic, stigma, media, online dating platform, multi-informant research methodology, freedom of expression on the internet and social media, positive experiences of dialogue and respect in the media.

<b>Pou-Américo, María-José</b>	<i>El "efecto Francisco" en la credibilidad pública de la Iglesia</i>	17/04/2018 16:00	A105
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

La credibilidad constituye el gran reto de las entidades religiosas en el siglo XXI. La sociedad contemporánea, y más en el contexto digital, obliga a cualquier comunidad religiosa a ganarse un espacio propio con su autoridad moral. Ya no se trata de dar por hecho que el mensaje religioso será escuchado por una sociedad sensible a él o por una mayoría creyente sino, al contrario, en una situación desfavorable será escuchado porque aporte algo relevante y sereno al debate público. El desafío es ubicar la voz de los creyentes como una más entre otras, pero con autoridad para reflexionar sobre los problemas contemporáneos en un marco de pluralismo ideológico. En esta comunicación se analiza la autoridad que la prensa española concede a la Iglesia Católica desde la elección del Papa Francisco: el problema de los migrantes, el cuidado del medio ambiente o el rechazo de la violencia en nombre de Dios son algunos de los asuntos en los que la prensa se ha hecho eco de sus palabras.

<b>Riojas, Brenda Nettles</b>	<i>Responding to a human need and sharing the journey</i>	17/04/2018 15:30	Benedetto XVI
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

When an unprecedented number of unaccompanied minors and family units, mostly mothers and children, from Central America crossed into the United States, one border community responded immediately. Catholic Charities of the Rio Grande Valley worked with city officials and others to open a Humanitarian Respite Center at Sacred Heart Church in McAllen to provide newly arrived immigrants with some basic needs. Three years later, they continue their efforts. To date, volunteers have assisted more than 83,000 people. These efforts captured the world's attention, drawing news media from around the globe to the Rio Grande Valley, comprising the four poorest counties in Texas. Their coverage highlighting the plight of the countless and distressed refugee individuals and families compelled thousands from this country and others to contribute time, talents, and treasures to support the cause. Social media was also used to mobilize volunteers and collect donations to meet emerging needs. Bishop Daniel E. Flores of the Brownsville Diocese has noted, "What we are seeing unfold in front of our eyes is a humanitarian and refugee reality, not an immigration problem." He adds, "The Church must respond in the best way we can to the human need," and says "at the same time we ask our government to act responsibly to address the reality of migrant refugees. A hemispheric response is needed, not a simple border response. And we ask the government to protect the Church's freedom to serve people."

<b>Robinson, Brett</b>	<i>The Medium is the Metaphor: How Bad Analogies Have Harmed Freedom of Speech Jurisprudence in the United States and Why a Religious Understanding is Necessary</i>	17/04/2018 16:00	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Pope Saint John Paul II compared the new world of communications to a new Areopagus. Others have compared it to a new printing press or a worldwide conversation. In this paper, I suggest that the analogies used to classify the internet in freedom of speech jurisprudence in the United States have been insufficient. I argue that more attention should be paid to the religious character of the First Amendment as a means of developing metaphors for new technologies that promote a just society while also privileging the authentic search for truth in public discourse.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Rodia, Jennifer</b> <b>(Poonam Patodia)</b>	<i>Creating Opportunities for Spiritual Conversations in a Secular World</i>	19/04/2018 15:55	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

The reality that we live in today is one of continuous conversation fragmented across countless platforms. Against this landscape, we are faced with a challenge to communicate God's love through media so that we can create opportunities for spiritual connection. As new communication technologies are rapidly changing cultures globally, the church must use strategic communication to project its voice into the public conversation and to engage seekers, particularly young adults, in a life of faith. Research tells us that each younger generation is increasingly secular in its orientation. If the church is to pass the Christian faith to the next generation, it must find ways to engage young adults. In the past, the church determined which messages followers should hear and transmitted those messages through a vertical system of communication. Today, individuals, empowered with new technology, determine the relevancy of messages. The messages of the church therefore, must be constructed with focus on the needs and interests of the audience it wishes to reach. Even in an environment of secularization, we know people are searching for belonging and meaning which offers an authentic entry point to the church. This presentation highlights how The United Methodist Church is building relevant messaging that relies a foundation of research, and marketing efforts that employ traditional, digital and experiential advertising to reach people with the Gospel of Jesus.

<b>Rodrigues, António</b>	<i>Como deven los periodistas preservar la libertad de prensa en una época de «fake news»</i>	19/04/2018 15:25	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

1 – No se puede separar el cocepto de comunicación social de los conceptos de libertad de expresión y de verdade, en la medida en que una comunicación social limitada o condicionada es una comunicación social falseada, como la História de las dictaduras demuestra. Basta mirar para el papel de la comunicación de las dictaduras del siglo XX, tanto en URSS, en China, en Cuba o en Corea del Norte, mas también en la Alemania de Hitler o en las dictaduras de la Península Ibérica. 2 – Com la elección de Donald Trump, el léxico de la comunicación social ha asumido nuevas alteraciones con los conceptos de fake news y de pos-verdad. Y estos nuevos conceptos nos llevan necesariamente a analizar los conceptos de verdad y falsedad en la política, en las religiones, y también en la comunicación social. Y el análisis de estos conceptos acaba por conducir-nos a los conceptos de distorsión cognitiva egocêntrica y distorsión ética egocêntrica que, en términos de comunicación, desenbocan siempre en la manipulación de los periodistas por el poder político y en la manipulación de la opinión pública por los periodistas. 3 – A partir de estos presupuestos, un periodista cristiano no puede dejar de asumir un compromiso total con la verdad sobre todo teniendo en cuenta que fué Jesucristo que dijo: "yo soy el camino, la verdad y la vida". Por eso, estos nuevos conceptos nos llevan necesariamente a analizar y a discutir, los deberes y los derechos de los periodistas.

<b>Sabaté Gauxachs,</b> <b>Alba (Miriam Díez e</b> <b>Josep Lluís Micó)</b>	<i>El concepto de pertenencia digital de las comunidades católicas</i>	17/04/2018 16:30	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Las instituciones católicas globales se sirven de las herramientas digitales para crear comunión, uno de los presupuestos básicos de la Iglesia. Ahondan en la participación, la justicia social y los nuevos contextos en los que alcanzar un nuevo target al mismo tiempo que confortan y mantienen en la fe a los fieles. Ya la Santa Sede, a través de los perfiles del Papa en las redes sociales, pero también a través de páginas web de conferencias episcopales, diócesis, movimientos, organizaciones culturales o instituciones sociales el catolicismo ha demostrado tener una destacada presencia en la web. En esta comunicación exploramos las 19 webs católicas más relevantes según el ranking Alexa. Las dividimos en diferentes categorías que nos permiten analizar cómo construyen comunidades e impulsan el concepto de pertenencia. Los datos se han recogido en tres momentos distintos (2014, 2015 y 2016). Las webs analizadas son en 5 lenguas (español, inglés, francés, portugués e italiano) y provienen de 9 países diferentes. Los resultados muestran que el catolicismo se concentra, digitalmente, en crear lazos comunitarios y que las herramientas digitales pueden ser positivas para los católicos para experimentar la fe, al mismo tiempo que Internet da alas a comunidades y redes que viven realidades que son contrapuestas a otras (disidencia). Alba Sabaté, Miriam Díez, Josep Lluís Micó. Observatorio Blanquerna de Comunicación, Religión y Cultura.

## ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI

### XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa

<b>Sebastianelli, Daniele</b> (Daniel Arasa)	<i>Formare volontari per la comunicazione di eventi ecclesiali: un modello sperimentato</i>	19/04/2018 15:25	Giovanni Paolo II
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Sono numerosi gli eventi che le istituzioni ecclesiali organizzano, a livello nazionale ed internazionale, ogni anno. Per far fronte alla "sfida" comunicativa di questi eventi vi è spesso la necessità di coinvolgere volontari che ne supportino il processo e contribuiscano alla sua buona riuscita. A tal fine è fondamentale la preparazione professionale dei volontari e la loro capacità di mettersi al servizio dell'istituzione comprendendone le esigenze e offrendo talenti, risorse e capacità utili al lavoro richiesto. Un'esperienza di questo tipo è stata messa in campo in occasione della Giornata Mondiale della Gioventù di Madrid (2011), di Rio de Janeiro (2013) e di Cracovia (2016) da parte della Facoltà di Comunicazione Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce. Impregnati da un profondo senso di servizio alla Chiesa e alla sua missione di portare il Vangelo alla società contemporanea, sono nati una serie di incontri mirati ad organizzare squadre di lavoro efficienti nei vari campi della comunicazione – dai social, al web-content, dalla fotografia ai video-making – in grado di offrire un'esperienza formativa che può effettivamente costituire un modello teorico/pratico utile ad istituzioni che necessitano di organizzare persone per eventi analoghi. Un modo per implementare la capacità comunicativa dell'istituzione, creare comunità intorno a determinati valori, valorizzare le competenze di ognuno e offrire, al contempo, un'esperienza lavorativa che rimarrà nel background formativo dei volontari.

<b>Tanton, Tim</b>	<i>Communicating Truth in the Digital Age</i>	17/04/2018 16:30	Alvaro del Portillo
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

What is truth in a "post-truth" era? We are in a paradoxical time of feast and famine in today's media environment. We have more communication platforms and channels for information than at any time in history, yet our understanding of truth is becoming as fragmented as the media landscape in which we live. Historically, the power of communication was concentrated in the hands of the relative few who owned the printing presses and, later, broadcast networks. We consumed information from an established media sector, staffed by communicators who adhered to codes of ethics and professional standards. We drew our news from the same sources, and based our opinions on a shared understanding of the facts. The digital revolution has overturned that model, putting the power of communication in the hands of millions. A person with access to technology can reach a mass audience through social media. Eyewitnesses break major news with video captured on cell phones. Freedom of expression has never been so free, for good and ill. Individuals, organizations and governments can present falsehoods as truth and dismiss truth as "fake news." Journalists, who hold the powerful accountable, struggle as news organizations shrink. In an era of polarization, people get information from sources that reinforce their biases. Civil discourse is lost. Even faith communities struggle with division. We face an existential threat: If we no longer agree on what is true, how can we solve problems and move forward together? Professional communicators hold the answer. Church communicators, in particular, have the power to build dialogue and understanding. We can shine light on the truth through messaging and journalism, and lift up a vision of what it means to be God's people today.

<b>Urmeneta, Miquel</b>	<i>"¿Is Truth Dead?" Los públicos ante la posverdad</i>	19/04/2018 15:00	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

En marzo de 2017, la revista 'Time' se preguntaba en portada: "¿Is Truth Dead?". Probablemente muchos ciudadanos se habían formulado esta pregunta con gran preocupación tras la sorpresa por el resultado del referéndum del brexit y la elección de Trump. Este fenómeno político donde los ciudadanos al votar no penalizan las mentiras dio en llamarse posverdad. Esta situación es el resultado de la estructura actual de la esfera pública. Las características principales son: el discurso emocional de los políticos; la profunda crisis de los medios de comunicación (de credibilidad, sobre todo); el poder creciente de las plataformas digitales como prescriptores de contenidos; y, finalmente, unos públicos que -saturados por la avalancha informativa constante- basculan entre la indignación y la indiferencia. Las limitaciones de la esfera pública han condicionado fuertemente el debate mismo sobre la posverdad. Se han exagerado algunos peligros (el pánico moral alrededor de las fake news, por ejemplo) y se han obviado otros elementos perversos (como el periodismo de declaraciones). La mejor resultado de esta discusión sería que los públicos -tan invisibilizados- tomaran conciencia de la importancia de su papel. Así, podrían ser la clave para solucionar esta crisis: una palanca de cambio que llevara a políticos, medios de comunicación y plataformas digitales a asumir las exigencias de integrarse en una sociedad plenamente democrática.

**ELENCO ABSTRACT DELLE COMUNICAZIONI**  
**XI Seminario Professionale sugli Uffici di Comunicazione della Chiesa**

<b>Valero, Jack</b>	<i>Building a culture of encounter in social media</i>	17/04/2018 15:00	Alvaro del Portillo
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Social media create unparalleled opportunities for exposure to other people and points of view, but it can also lead to walls of prejudice and mistrust. Trolling and abuse are commonplace. Building a culture of encounter on social media requires a dual effort: on the one hand, being alive to the particular dehumanising temptations it presents; on the other, deliberately choosing to act in ways that build the virtues. Catholic Voices have developed five practical tips to help people avoid some of the temptations and pitfalls of social media, help them to build a culture of encounter, and be witnesses to their faith, not just in what they say but in how they are.

<b>Valladares Paguaga, Xiskya Lucía</b>	<i>Buenas prácticas de cuentas institucionales católicas en Facebook</i>	17/04/2018 16:30	A207
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Teniendo en cuenta el nuevo algoritmo de Facebook y la enorme presencia católica en esta red social, hacemos un análisis de las cuentas católicas más influyentes en la red de Mark Zuckerberg. De manera que puedan extrapolarse a otras cuentas los aciertos para recrearlos y los errores para no cometerlos. No pretendemos ofrecer un elenco exhaustivo de los pasos a dar en Facebook para evangelizar, aunque sí ofrecer unas pautas para poder hacerlo de forma más eficaz y ordenada.

<b>Villarino, Maria</b>	<i>Instagram y el Evangelio: la imagen y el impacto de las emociones al servicio del mensaje cristiano</i>	17/04/2018 15:00	A209
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

Me gustaría transmitir la perspectiva y la experiencia alcanzada tras cuatro años de trabajo en la cuenta de Instagram del Opus Dei. Instagram es la red social con más gente joven en estos momentos, un público exigente lleno de inputs con un consumo no reflexivo. Se trataría de analizar en primer lugar el target al que nos dirigimos, las características de esta red social y las oportunidades que ofrece para la evangelización de la gente joven. Experiencias que han funcionado bien y experiencias fallidas. Algunas orientaciones, fuentes de imágenes adecuadas, pactos de lectura del consumidor, etc. La exposición iría acompañada de datos y ejemplos.

<b>Yuan Cordiviola, Mónica M.</b>	<i>La información eclesial durante la Semana Santa (2018) en los principales periódicos españoles</i>	19/04/2018 16:20	A101
<i>Cognome, Nome</i>	<i>Titolo della comunicazione</i>	<i>Giorno e ora</i>	<i>Aula</i>

La presente investigación pretende analizar el tratamiento informativo, gráfico y tipográfico otorgado a la información religiosa católica durante la Semana Santa de 2018 en los principales diarios generalistas en España (El País, El Mundo, ABC y La Razón) entre el 26 de marzo y el 2 de abril (ambos lunes incluidos), tanto en su versión impresa como online, con el fin de establecer una comparativa entre ambos soportes. Para dicho análisis se tendrá en cuenta tanto la cantidad de información ofrecida (número de piezas, extensión, etc.), como las características de la misma (género periodístico utilizado, referencia a fuentes, utilización de imágenes, posición en la página/pantalla, sección en la que se ubica, etc.). A ello se sumará el seguimiento, durante el mismo periodo, de la cobertura que dichas cabeceras puedan hacer a través de Twitter de la información de carácter religioso. De esta forma podremos determinar el modo en que cada una de las cabeceras analizadas transmite al público lector la información de carácter religioso durante los días más importantes del calendario cristiano, pudiendo establecer una comparativa entre todos los periódicos que componen la muestra, así como entre la versión impresa y online de cada diario.