

Redes sociales

VALLADARES, Xiskya; *Buenas prácticas para evangelizar en Facebook*, San Pablo, Madrid 2018, 139 pp. ISBN: 978-84-285-5492-3.



Nos guste o no, las redes sociales son una realidad omnipresente en nuestra sociedad que marca nuestra manera de relacionarnos y de pensar. Que este hecho no influya en el modo en que entendemos la reflexión teológica y la evangelización es negarnos a la evidencia. Xiskya Valladares, religiosa con una solvente formación académica en comunicación, es plenamente consciente de ello. Su preocupación por el tema no solo le ha llevado a impulsar la iniciativa pastoral llamada “*imisión*”, sino que le ha ganado en los medios el apelativo de “la monja tuitera”. El libro que tenemos entre manos podría ser la segunda parte de otro que también publicó esta autora dos años antes en la misma editorial: *Buenas prácticas para evangelizar en twitter*. Esta vez la pretensión es ofrecer conocimientos y sugerencias para quienes buscan recurrir a Facebook como un medio más para testimoniar la propia fe. Para ello, Valladares nos introduce en el misterioso mundo del algoritmo de esta red social, cuestión esta que el común de los mortales solemos ignorar. Valladares presenta su propuesta estratégica a través de diez cuestiones, adaptando al ámbito eclesial la idea que otros autores aplican al uso publicitario de las redes sociales. De este modo, se recomienda establecer metas y objetivos, detectar el público al que se dirige, realizar un estudio de mercado, monitorizar la conversación, diseñar un enfoque original, definir la estrategia, especificar las acciones tácticas, desarrollar el plan de contenidos, elegir las métricas y producir, automatizar y publicar contenidos. El último capítulo se consagra de forma explícita a proponer treinta buenas prácticas para quienes pretenden recurrir a Facebook con un objetivo evangelizador. Algunas de las recomendaciones son fáciles de deducir sin necesidad de saber demasiado sobre el mundo digital. Así, los consejos de utilizar fotos y vídeos de buena calidad, invertir en diseño, cuidar la imagen corporativa o animar a que los *posts* sean visuales parecen de sentido común, aunque este no haya que darlo nunca por supuesto. Una de las características de este libro es la claridad y el modo sintético en el que se presenta su contenido. Resulta gráfico que la propuesta estratégica se plantee en diez pasos, mientras que las buenas prácticas se ofrezcan en treinta ideas. Aunque el recurso a términos técnicos procedentes del marketing digital en algunos momentos se convierte en una piedra de tropiezo para el lector profano en este ámbito. Quizás mucha gente no se sienta cómoda al emplear terminología y criterios procedentes del mundo empresarial para referirse a la misión evangelizadora a la que todo cristiano está llamado, este pequeño libro encierra pistas útiles para quienes deciden situarse en las redes sociales desde esta clave.—Ianire ANGULO ORDORIKA.