



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



 Reseña /

Daniel Arasa

Church communications through diocesan websites. A model of analysis

Edusc, Roma, 2008, 255 pp.

Hace ahora veinte años, la Iglesia Católica comenzaba a asomarse al mundo nuevo de internet para explorar las posibilidades comunicativas y evangelizadoras de este medio como cauce para desarrollar su misión. En estos años, en el seno de la misma Iglesia, ha crecido a la par y de manera exponencial el interés por la comunicación institucional y el interés por el uso de internet y de las nuevas tecnologías. Es quizá el momento adecuado para analizar la convergencia de ambos fenómenos, extraer las conclusiones del trabajo realizado y establecer algunas pautas para un crecimiento coordinado y fructífero de ambas realidades en el futuro inmediato. A este fin se dirige el estudio de Daniel Arasa (profesor y coordinador de estudios en la Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale della Pontificia Università della Santa Croce en Roma), *Church Communications Through Diocesan Websites*.

A Model of Analysis. Para su realización, Arasa selecciona, analiza y estudia las webs de las diócesis más grandes del mundo (Milán, Madrid, Manila, Melbourne, México DF, Sao Paulo, Bogotá, Los Ángeles y Johannesburgo). Además de este análisis ciertamente exhaustivo, el autor recoge el parecer de los responsables de internet de cada una de ellas, sobre los qués y los porqués de su trabajo, y recaba también la opinión sobre el valor y la utilidad de esos sitios web de un significativo grupo de usuarios habituales: periodistas de esas diócesis que utilizan las webs como fuente de información. El resultado del estudio se ofrece en dos partes, ambas muy interesantes. La primera, *Theoretical Framework*, establece en tres capítulos el marco de referencia teórico sobre el que se desarrolla su investigación: en primer lugar los rasgos propios de la comunicación institucional de la Iglesia; después, la relación de la comunicación institucional de la Iglesia con internet; y en el tercer capítulo, las bases del modelo de análisis utilizado, denominado *Website Communication Model (WCM)*, que el autor

propone para analizar sitios web (estos y otros), y que se asienta sobre cuatro pilares o focos de estudio: Contenidos y servicios, Tecnología del sitio web, Managers y Visitantes.

En la segunda parte, *Applied research*, se definen las líneas maestras de la interpretación, evaluación y planificación de la comunicación de las webs diocesanas objetos de estudio.

Partiendo de la exploración de estos sitios webs se pretende impulsar sus mejores prácticas y señalar los elementos que pueden ser imitados por otras webs similares, para hacer de ellas instrumentos de comunicación excelentes.

José Gabriel VERA
josetxo@iglesianavarra.com

[arriba](#)