

PARLAR ENTRE EL SOROLL DIGITAL



Nova oportunitat

Volem arribar més a la gent i volem escoltar més la gent". Així explicava Lluís Martínez Sistach, un dels vuit cardenals amb Twitter que hi ha al món, la seva presència a les xarxes socials. Però reconeixia la dificultat per seguir-ne el ritme i la immediatesa. Això, parlar i dialogar a la xar-

xa, encara costa en els àmbits eclesials. Ja no n'hi ha prou amb tenir un web obert o un compte a les xarxes socials. S'ha de seguir-les i dedicar-hi temps.

De tota manera, la voluntat de fer-se sentir entre el soroll del món digital està donant fruits. Ho constata la panoràmica de

la presència de la comunicació de les institucions eclesials de Catalunya que presentem en aquest número. Ningú no vol quedar fora i algunes institucions es llancen a experiències punteres. Per exemple, pocs monestirs deu haver-hi al món dels quals es pugui seguir tots els oficis en directe a

través d'Internet, com ja fan a Montserrat.

Nous instruments que sobretot són una nova oportunitat per dir alguna cosa que ajudi a trobar sentit a la gent d'avui. Esperant el dia que deixi de ser notícia que l'Església incorpora en la seva pràctica comunicativa un nou avenç tecnològic.

L'Església no es vol quedar enrere a Internet

JORDI LLISTERRI

Avui qui no té web, o no està al Twitter i al Facebook, no és ningú. Aquesta reflexió ja fa anys que l'han assumit la majoria d'institucions eclesials, tant diocesanes com de vida religiosa, i pràcticament totes tenen el seu web. En els darrers anys, també la majoria han incorporat el Twitter o el Facebook com a mitjà per difondre els continguts digitals que generen. I moltes publicacions en paper es poden descarregar a Internet. És cert que hi molts webs d'institucions que estan setmanes o mesos sense actualitzar. Espais que pràcticament es limiten a penjar la carta setmanal del bisbe o a felicitar el Nadal.

Però sense amagar les limitacions de la presència digital de les institucions eclesials, també s'estan desplegant nombroses iniciatives que mostren que l'Església no vol quedar enrere. Ja hi ha persones

—principalment laics— dedicades a actualitzar permanentment els continguts informatius, creix la producció audiovisual i es comença a emetre en directe a través d'Internet. Per exemple, el *Full Dominical* de Barcelona ha estat una de les primeres publicacions del món a incorporar la realitat augmentada (AR) a les fotografies impreses i l'arquebisbat està encetant una ambiciosa remodelació del web.

Un dels bisbats que sempre ha tingut un web molt actiu és Urgell, amb un veritable informatiu digital sobre la diòcesi. “La informació passa per l'àmbit digital”, afirma **Cristina Orduña**, la delegada de Mitjans d'Urgell. Tot i que només el gestionen dues persones que també tenen altres ocupacions al bisbat, el web està permanentment actualitzat: “Pengem una

notícia arribi a l'hora que arribi, sigui el dia que sigui”.

Orduña explica que això és possible amb la col·laboració d'altres delegacions i parròquies que faciliten informació i sobretot per la complicitat de l'arquebisbe **Joan-Enric Vives**. Treballen amb un sistema que permet que el mateix arquebisbe hi pengi continguts: “Sempre ho ha entès com un nexa de comunicació intraeclesial i com una eina per informar cara enfora”.

Tot i que no mantenen la mateixa intensitat, altres diòcesis ja fa temps que tenen un espai informatiu actualitzat i una creixent activitat audiovisual. Girona —amb estudi de ràdio al bisbat mateix—, Tarragona i Lleida tenen els seus programes de ràdio disponibles a la xarxa. Els bisbats que tenen emissora, com *Ràdio Estel* de Barcelona i *Ràdio Principat* d'Urgell, també es poden escoltar en directe a través d'Internet.

Però ara el pas endavant ha estat començar a oferir vídeos disponibles a les xarxes socials. En alguns casos, com Tarragona i Barcelona, amb la carta dominical de l'arquebisbe gravada en vídeo o amb breus reportatges i programes sobre la vida diocesana.

Ordinadors, càmeres i micròfons s'han introduït en els departaments de comunicació





Un dels darrers bisbats que s'han apuntat a potenciar aquesta presència ha estat Lleida, i d'una manera ben creativa. El delegat de Mitjans de Comunicació, **Carles Sanmartín**, també és delegat de Pastoral Caritativa i Social. Des de la seva experiència de treballar amb recursos ben escassos, en pocs mesos va mobilitzar un equip de voluntaris que ha capgirat la presència de la diòcesi a Internet. Tot i que no hi ha cap professional dedicat, tenen un nou web actualitzat i una notable producció de vídeos amb entrevistes, tertúlies i reportatges a la xarxa.

Un bisbat que ha fet un altre pas endavant és Tarragona. Al desembre van fer la primera transmissió en directe d'un acte a través d'Internet. L'objectiu és poder emetre els actes diocesans més rellevants, amb la mirada posada en les beatificacions del 2013.



CARA ENDINS I CARA ENFORA

L'experiència virtual de Montserrat és una de les més vistoses, però els ordes religiosos amb més presència a Catalunya també s'han implicat amb ganes en aquest àmbit. Alguns webs ja tenen una remarcable renovació informativa sobre la vida de les institucions, com els dels salesians, Sant Joan de Déu, jesuïtes, escolapis, claretians, La Salle, caputxins... Alguns compten amb butlletins informatius, com el servei que ofereix la Unió de Religiosos de Catalunya. El mateix es pot dir de l'activitat informativa de l'Opus Dei a Catalunya.

També és una pràctica habitual obrir blocs perquè tota la comunitat religiosa pugui seguir esdeveniments importats que fins ara eren interns, com per exemple els capítols provincials. En el darrer ho van fer els escolapis i els claretians. Sense comptar els blocs personals que ja circulen per la xarxa des de fa temps i alguns religiosos i religioses que ja es mouen per les xarxes socials.

Però bona part dels esforços s'ha dedicat a crear espais pastorals o serveis d'acord amb el carisma de cada comunitat. L'espai de pensament i teologia de Cristianisme i Justícia o l'Espai Sagrat de pregària dels jesuïtes, la llibreria virtual dels claretians, el web de voluntariat de Sant Joan de Déu, el *Web de Pastoral* dels salesians, *Mou-te dels escolapis* o *Maristes en Xarxa* són alguns exemples. També molts tenen espais propis per a les obres de cooperació i solidaritat (*Vols dels salesians*, *Proide de La Salle*, *Sed dels maristes*, *Servei Solidari dels*

escolapis...) i per als diversos grups pastorals vinculats als ordes religiosos.

D'altra banda, a les escoles també s'està produint un canvi amb la presència d'Internet. **Jaume Agustí**, de l'equip de comunicació de La Salle, explica com el web de les escoles s'ha convertit en "una carta de presentació però també en un espai on les famílies poden veure les activitats que fan els seus fills. A més, per facilitar la relació família-escola-alumnes, cada centre disposa d'una intranet privada, des d'on es poden fer arribar circulars informatives o consultar les avaluacions". L'objectiu és "comunicar-nos cara endins i cara enfora, a la societat en general, a professionals de l'educació, a altres congregacions i a les famílies que s'interessin pel nostre caràcter propi i el nostre projecte educatiu".





Però la primera institució eclesial a Catalunya a tirar endavant un canal de televisió per internet ha estat l'Abadia de Montserrat. Sempre ha estat un referent litúrgic i ha trobat en Internet la millor manera de oferir cada dia tots els oficis en directe.

“La finalitat sempre és donar un servei a la comunitat cristiana. No podem fer-ho amb una ràdio i una televisió convencionals i Internet ens permet arribar a tot arreu”, explica **Oscar Bardají**, responsable de comunicació de l'Abadia de Montserrat. El projecte del monestir benedictí va més enllà d'Internet, ja que té una freqüència de ràdio a la Catalunya central i la missa del diumenge es pot seguir a les televisions locals. Però Bardají explica que “sense les possibilitats que dona Internet no ens ho hauríem plantejat. Altres ràdios generalistes van per aquí: donar més servei per Internet i que tot es pugui descarregar a qualsevol hora”.

Però tanta novetat i tanta tecnologia, a qui arriba? Doncs, en general, els qui hi dediquen més esforços en parlen satisfets. “Si no comencem a fer-ho, no en sabrem l'acceptació”, diu **Santi Grima**, que ha estat el responsable de posar en marxa les emissions en directe de l'Arquebisbat de Tarragona. Explica que “quan vam



començar a utilitzar el YouTube poca gent el feia servir i ara tot es mira per aquí”. La primera conferència que van emetre en directe va tenir uns trenta de seguidors per Internet, però a la sala eren uns setanta. “Sabem que ho

van poder veure gent que no es pot desplaçar, o famílies amb fills que a l'hora que es fan aquests actes no els poden deixar sols a casa”.

Oscar Bardají també explica una manera molt clara de veure si aquest servei interessa a algú: “Ho veus realment quan tens una incidència o un tall en l'emissió i la gent comença a trucar o a enviar correus”.

Cristina Orduña també ha detectat que, a més del públic de tot el món o dels periodistes, “els capellans de menys de seixanta anys utilitzen molt la pàgina web per saber què passa al bisbat”. Una altra experiència plenament satisfactòria ha estat utilitzar el web com a instrument de comunicació quan hi ha sortides de joves o pelegrinatges de diversos dies. Cada dia pengen fotos i cròniques dels mateixos joves perquè les famílies puguin estar informades. Alhora, sorprèn que la secció més visitada del web siguin les homilies que escriu mossèn **Enric Prat**. “Això vol dir que la gent no només busca informació, sinó també el suport de la pàgina com a font de coneixement”, explica Orduña.

La presència institucional a Internet també arriba als racons més diversos del territori. És impossible fer un retrat complet de les parròquies



DIFUSIÓ VIRAL DE VALORS

Una de les primeres experiències d'utilització de la xarxa com a espai social i de difusió viral de continguts ha estat la dels germans de Sant Joan de Déu. L'experiència es va fer la primavera passada amb una campanya a les xarxes socials sobre cinc valors de l'orde. Germans, professionals, voluntaris i usuaris dels diferents centres i programes van exposar les seves vivències i reflexions al voltant de la qualitat, el respecte, la responsabilitat, l'espiritualitat i l'hospitalitat. Cada setmana es va fer una immersió en un valor, per donar a conèixer el rerefons de les iniciatives i els projectes. A més de difondre articles a través de la xarxa, durant aquestes setmanes van penjar a Internet clips temàtics de curta durada que sintetitzaven els diferents valors de l'orde. **Lluís Guilera**, responsable de comunicació, explica que “amb aquesta campanya vam aconseguir una alta viralitat, circulació i difusió de continguts, i vam sumar molts nous seguidors”. També va servir per confirmar que “l'usuari de les xarxes encara és tímid a l'hora d'opinar –i, sobretot, reflexionar– públicament sobre aquest tipus de temes”. D'altra banda, Sant Joan de Déu ja està oferint cursos de formació als seus treballadors per facilitar un accés i un ús responsable a les xarxes socials. “Considerem les xarxes com un nou espai de diàleg on cal tenir presència i dedicació, una presència que s'ha de fer de manera responsable i amb coneixement”.



BISBES I PROVINCIALS PIULADORS

Per ara, quatre bisbes catalans tenen una presència personal a les xarxes socials. Els dos amb compte al Twitter són els arquebisbes de Barcelona i de Tarragona, **Lluís Martínez Sistach** i **Jaume Pujol**. Tots dos es gestionen personalment el seu compte, com també fa l'arquebisbe Pujol amb el seu bloc personal. També porta personalment el seu compte de Facebook el bisbe **Joan Piris** de Lleida, que fa comentaris i sovint recomana enllaços. En el cas de **Xavier Novell** de Solsona, l'opció ha estat fer una pàgina oficial del bisbat amb notes escrites pel bisbe sobre la seva activitat pastoral. És el que té més seguidors, i un comentari sobre el vestit adequat a les confirmacions li va costar una moguda polèmica a les xarxes socials. També Sistach es va convertir en notícia per dues línies al Twitter a favor de la immersió lingüística. En l'àmbit dels religiosos, un dels provincials més actius al Twitter és el dels claretians, **Màxim Muñoz**, president de la Unió de Religiosos. Un altre provincial català amb Twitter és **Agustí Borrell**, dels carmelites descalços. I un dels superiors generals catalans, el marista **Emili Turú**, manté una àmplia activitat als seus perfils de Twitter i Facebook.



Si no es pot fer una ràdio o una televisió convencional, Internet permet arribar a tot arreu

i comunitats que mantenen un web. Amb pocs recursos i sovint depenent de les habilitats tecnològiques del rector o de la bona fe d'algun feligrès.

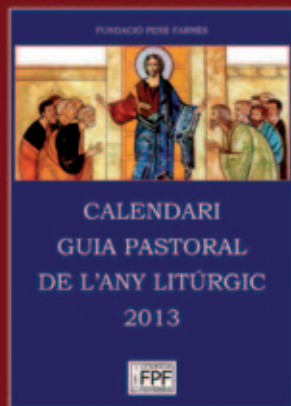
Un exemple pot ser la parròquia de Sant Esteve de Tordera. El més singular és que el mossèn avisa per mitjà del Twitter dels batejos, casaments o funerals. "La gent avui no mira un cartell a la paret. Les places del poble ara estan a Internet. I gent de totes

les edats; no només hi ha joves, a Internet", diu mossèn **Rafel Felipe**, que sempre ha estat interessat en les novetats de la xarxa. "Al principi sorprenia que anunciés un funeral pel Twitter, però després m'anava trobant gent que em deia que gràcies això se n'havia assabentat". El que té molt clar és que tot l'entorn digital "és un àmbit de primer anunci que facilita la trobada. En l'anunci

de l'Evangeli sempre cal la trobada personal".

En qualsevol cas, els esforços i els recursos dedicats a aquest àmbit es veuen ben esmerçats com una aposta de futur. Com conclou Cristina Orduña: "El futur de la comunicació de l'Evangeli és la comunicació digital. I qui no estigui treballant en aquests àmbits tindrà problemes per connectar amb els futurs fidels".

Disponible ja a les llibreries el:



Preparat per **Pedro Farnés Scherer, Pbro.**
i editat en castellà i català



L'edició d'aquest any del nostre Calendari Guia Pastoral ofereix, en cadascun dels seus mesos com habitualment, una nota sobre el sentit actual d'alguns gestos de la litúrgia eucarística. Explica detalladament com procedir i quins elements s'utilitzen cada dia i constitueix així un instrument molt útil no únicament per als ministres de l'Església i per als religiosos sinó també per als laics, cada dia més nombrosos, que s'incorporen a la litúrgia de les hores.

PVP: 17,50 € (IVA inclòs)

ISBN: 978-84-939108-5-3 (Edició en Castellà)

Nombre de pàgines: 415 (12,5 cm x 17cm)

ISBN: 978-84-939108-6-0 (Edició en Català)

Enquadernació: anelles-espiral

DISTRIBUCIÓ I COMANDES:

Obra Cultural C/ Roger de Llúria, 4 -08010 Barcelona

Telf: 93 318 18 96 o 605272686 • Correu electrònic: editorial@obracultural.e.telefonica.net

“La informació ha de servir per ajudar a la gent”

JORDI LLISTERRI

És un bon fitxatge del cardenal **Lluís Martínez Sistach**. Des de l'octubre passat **Ramon Ollé** és el delegat de Mitjans de Comunicació Social de l'Arquebisbat de Barcelona. Enginyer de Telecomunicacions, exdirectiu d'una multinacional, president de l'Escola de Negocis i Enginyeria La Salle, pare de família i llicenciat en Teologia, actualment es prepara per ser ordenat diaca permanent. Una experiència que ara li ha servit per renovar en poques setmanes un *Full Dominical* que no s'havia tocat en trenta anys i per potenciar l'ús de les noves tecnologies en la comunicació diocesana.

La comunicació institucional d'un bisbat ha de ser només a major glòria del bisbe?

La informació del bisbat ha de ser de tot el cos de l'Església, començant pel seu cap i seguint per tots els membres. Tothom té alguna cosa a dir, a explicar, i tothom té la seva bona nova. Hem d'aprofitar la gran riquesa de bones notícies i de bones noves que tenim. No podem deixar que el món només utilitzi la informació de l'Església plena de tòpics. Per això, hem d'actuar com una oficina de comunicació social de tota l'Església diocesana. A Barcelona anem en aquesta direcció i el cardenal està molt interessat que la informació vagi estenent-se i eixamplant-se.

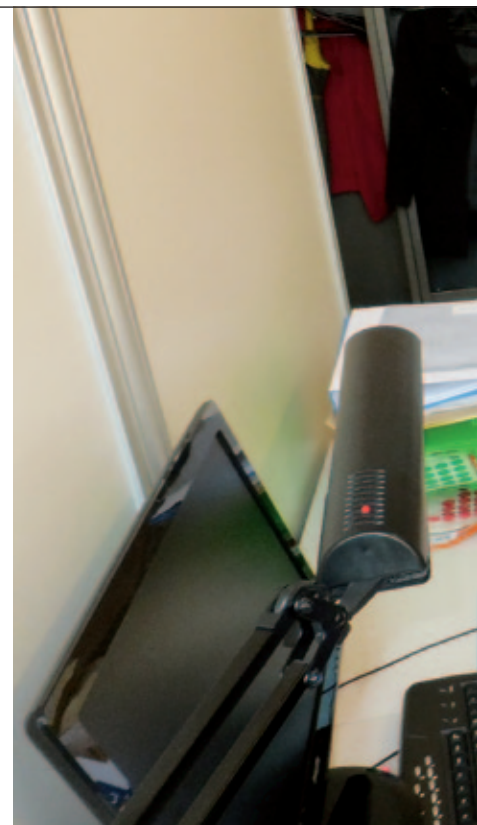
Tanta tecnologia per a què?

L'Església ha d'utilitzar els mitjans que utilitza el món d'avui. Durant dos

mil anys, en cada època ha utilitzat el llenguatge i els mitjans d'aquell moment amb capacitat d'interpretar i transmetre informació. Avui el que ens ofereixen les noves tecnologies és més capacitat de difusió, de poder arribar a tothom. I també ens permeten oferir molts més continguts dels que publicarà un mitjà de comunicació. Ara bé, no hem de caure en els excessos. Aquesta informació ha de ser tractada de manera que en arribar a la gent pugui ser entesa i vàlida. Sense perdre el contingut essencial del missatge. Sovint emetem molta informació que no és entesa i, per tant, no és vàlida.

És una manera d'arribar als joves?

La generació de menys de 45 anys és una generació multimèdia, acostumada que li entrin les coses pels ulls. Un noi de dotze anys es maneja amb el mòbil, amb els videojocs, amb



les pantalles, busca la informació a Internet... Per això hem d'oferir molt més contingut gràfic, audiovisual, sonor o musical.

Per tant, per la diòcesi és important captar el llenguatge i les eines del jove. I veure com el mitjà de recepció també ens condiciona el contingut. Posar una prèdica d'una pàgina impresa en un web o al Twitter no té gaire sentit.

L'allau d'informació i la immediatesa, com ens afecten a les persones?

Ens afecten molt. I moltes d'aquestes coses no ens serveixen per a res, o de vegades ens serveixen només

Si a un ordinador li entres informació dolenta, surt dolenta



Ramón Ollé



delegat de
Mitjans de
Comunicació
Social de
l'Arquebisbat de
Barcelona

i probablement a mitjans escrits o radiofònics conjunts.

Vostè va ser un alt directiu d'una empresa de 86.000 treballadors. Troba a faltar capacitat de gestió i de professionalitat en l'Església?

Una organització com un bisbat no es pot governar com es governa una empresa. Estem treballant des del voluntariat i tots amb el gust de treballar per una causa en la qual creiem. Però hi ha una sèrie de metodologies de gestió de projectes, de gestió adequada dels recursos, de paràmetres d'eficàcia de la gestió empresarial, que l'Església no hauria de veure com una cosa dolenta. El que aquí en diríem pràctiques empresarials, a les esglésies dels Estats Units en dirien pràctiques de bona gestió institucional. Dins de la comunió eclesial, ens faltaria anar a l'una en aquells aspectes que si els fem individualment castiguen l'efectivitat. També hem de tenir en compte que els recursos de l'Església s'han de dedicar sobretot a la pastoral i als pobres. Per això, cal utilitzar-los amb rigor i justícia.

I tot això costa molts diners?

No. Els recursos de l'Església són molt limitats. El que estem aconseguint fer amb el *Full* i la innovació del tractament d'imatges ho hem fet perquè un equip de joves s'ha prestat voluntari a treballar-hi i perquè una universitat de l'Església ha col·laborat amb nosaltres. Una bona motivació és a vegades més efectiva que molts recursos. Sí és possible que més endavant necessitem més recursos si volem generar més continguts. Però com deia **sant Agustí**, seguim confiant en la providència i seguim actuant com si no hi fos.

per angoixar-nos. En el món del tractament de la imatge diem que una fotografia és el resultat d'un ull que mira per algun lloc. Però només mira dins d'un enquadrament i, a vegades, el que es perd fora d'aquest enquadrament és important. Això ens passa quan estem sotmesos a una informació molt negativa i desaprofitem la positiva si està fora d'aquest enquadrament. I moltes vegades passem la vista per davant de mil coses però la nostra mirada no és atenta.

Això es pot canviar?

Potser els mitjans de l'Església haurien de ser capaços de posar la mirada atenta sobre aquella informació que és rellevant i important per la gent. De fet, hauríem de fer-ho tots els mitjans.

I l'Església pot trobar la manera d'aportar alguna cosa més?

Sí. L'Església ha d'utilitzar tota la capacitat intel·lectual i el coneixement que té per presentar la saviesa que acumula, de manera que sigui transmissible i comprensible per la gent d'avui. Si a un ordinador li entres informació dolenta, surt dolenta.

No és un problema tecnològic, és un problema de llenguatge i d'estructura de pensament del qui

transmet el missatge. Si no ho fem així, no aconseguim res. Passem informació i prou. La clau és oferir molt bona informació que serveixi per al que ha de servir una institució eclesial: per ajudar a la gent, perquè trobi un missatge de consol i de vida que és l'Evangeli.

Mai no ha quallat un projecte comunicatiu conjunt de les diòcesis catalanes. És el moment d'anar per aquí?

Jo acabo d'arribar i veig que la riquesa de la diversitat és important. Però amb els recursos escassos que tenim i en un món globalitzat, on la gent busca la informació a qualsevol part del planeta, ningú no pot posar fronteres al trànsit d'informació. El riu de la informació ja no té aigües territorials. Per tant, crec que tard o d'hora s'haurà d'arribar a plataformes d'informació més conjuntes,



Tard o d'hora s'haurà d'arribar a plataformes d'informació més conjuntes

Comunicarse es una dimensión natural en la Iglesia

Una Iglesia que no sirve, no sirve para nada. Se lo oí hace años a un prelado y el eco de estas palabras vuelve como un *boomerang* al pensar acerca de la Iglesia y la comunicación. Servicio a los demás y comunicación de un mensaje no deberían ser, para la entidad eclesial, dos dimensiones separadas o paralelas. La Iglesia existe para darse, para ser pan partido. La comunicación es el combustible que le permite ser útil, relevante, consoladora, compañía y esperanza.

Comunicarse es una dimensión natural en la Iglesia: ella misma es una asamblea de creyentes convocados por alguien y para transmitir un mensaje a otros.

En comunicación institucional hay dos aspectos imprescindibles: la credibilidad y la legitimidad. La primera se alcanza a partir de la coherencia, la ejemplaridad, la identificación entre su misión y su comunicación. La segunda se la otorgarán los otros, empezando por los medios. La fuerza moral de la Iglesia le viene por el reconocimiento que millones de personas en el mundo le conceden: la legitiman ellos, no es una actitud que ella pueda imponer o controlar.

Si la Iglesia tiene miedo a comunicar, es que tiene miedo a ser ella misma. Existe para propagar algo, no para replegarse en estructuras de granito que la protejan. Los creyentes no pueden concebir la comunicación como una amenaza, pues es a través del anuncio, el diálogo y el encuentro con el otro cuando se fragua su identidad.

La Iglesia no es una organización hermética que solo habla cuando quiere decir algo, sino que toda su vida debería respirar comunicación. Y comunicar es un arte que a veces requiere la habilidad del silencio, la virtud de la prudencia y la audacia de tener una respuesta adecuada en un veloz e hiperconectado universo del que ella no puede permanecer ajena.

Cuando un líder religioso decide hacer uso de las redes sociales, en el fondo está siendo él mismo: continúa con su identidad y extiende su palabra y su escucha.

Escuchar no puede ser una estrategia que en el fondo sirva para simular una escucha que no se incorporará al discurso propio. Si no, la institución acaba hablándose a sí misma, o lo que es peor, formulando respuestas a preguntas que nadie se ha planteado.



MIRIAM DIEZ BOSCH

Directora
del Observatorio
de Comunicación,
Religión
y Cultura de
la Facultad de
Comunicación
Blanquerna

Es preocupante que se vea la comunicación como un problema, un gasto, un escollo... cuando, en realidad, la Iglesia debería ver en ella una oportunidad, una inversión y un flotador.

La apertura que las instituciones hacen realmente, invitando a los otros a entrar en sus casas, es efectiva y ayuda a un clima de cordialidad y profesionalidad, dos elementos a veces olvidados desde las instituciones.

La transparencia comunicativa ayuda a la institución a rendir cuentas en un mundo globalizado y en el que es necesario personalizar, poner cara a los protagonistas. Esta es la compañía real de las instituciones, el rostro auténtico de la Iglesia que no se maquilla, sino que se muestra como es y se abre al mundo.

Una espiritualitat per al cristià d'avui

Pel cardenal
Lluís Martínez Sistach
256 pàg., 18,00 €

Les reflexions del cardenal arquebisbe de Barcelona, exposades setmana rere setmana, es recullen en aquest llibre com un ajut i un estímul en aquest Any de la Fe.



El llibre de Nadal

Text de Josep Lligadas.
Disseny de Mercè Solé
44 pàg., 8,00 €

Va sortir l'any passat, i continua sent, també aquest any, el millor regal per a les festes de Nadal. Il·lustrat a tot color, ofereix una presentació del que és el Nadal, del sentit cristià i el sentit popular, de les coses que cal saber-ne... i també poesies, textos de pregària... Ho tornem a dir: el millor regal d'aquestes festes.



Centre de Pastoral Litúrgica

C/ Rivadeneyra, 6, 7. 08002 Barcelona

☎ 933 002 835 ☎ 933 184 816

✉ cpl@cpl.es • www.cpl.es