

Síntesis de los textos enviados como aportes para la preparación de la Asamblea Plenaria relativa a los temas del lenguaje y la comunicación

SUMARIO

1. ACLARACIÓN DE TÉRMINOS: LENGUAJE, COMUNICACIÓN Y CULTURA	4
A) LENGUAJE	4
B) DETERMINISMO LINGÜÍSTICO	4
C) LOS MARCOS DE REFERENCIA.....	4
D) CIVILIZACIÓN/CULTURA	4
2. LENGUAJE Y COMUNICACIÓN EN LAS SOCIEDADES GLOBALIZADAS Y SECULARIZADAS.....	4
A) UN NUEVO CONTEXTO CULTURAL	4
B) LA POSTMODERNIDAD: EDAD DEL SUEÑO	4
C) EL CLIMA DE CONFUSIÓN	5
D) UN MUNDO SECULARIZADO	5
E) LA CIENCIA	5
F) LA DIMENSIÓN MULTICULTURAL DE LAS SOCIEDADES.....	5
G) LOS APORTES POSITIVOS.....	5
3. LOS NTIC Y LOS CAMBIOS CULTURALES	6
A) CONSECUENCIAS SOBRE NUESTROS MODOS DE PENSAR	6
B) UN NUEVO INSTRUMENTO, NUEVOS SISTEMAS SIMBÓLICOS.....	6
C) EL DERROCAMIENTO DE LAS BARRERAS TRADICIONALES	6
D) LOS PELIGROS INMEDIATOS.....	6
4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	7
A) EL INTERNET	7
B) TELEVISIÓN:.....	7
C) CINE:	7
D) MEDIOS QUE MODELAN LA CULTURA	7
5. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.....	8
A) EL CONTENIDO Y LA FORMA	8
B) PROTAGONISTAS EN LOS DEBATES	8
C) CUATRO LÓGICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.....	8
D) CONOCIMIENTOS TEOLÓGICOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS	8
6. LOS JÓVENES.....	8
7. LA DISPARIDAD EN EL ACCESO AL INTERNET	9
A) LOS OBSTÁCULOS PARA EL ACCESO A INTERNET	9
B) ZONAS IMPLICADAS.....	9
C) NECESIDAD DE REDUCIR ESTA FRACTURA INFORMÁTICA	9
8. LOS DESAFÍOS Y OBSTÁCULOS POR SUPERAR	9
A) LA SOCIEDAD MODERNA, NUEVA TORRE DE BABEL.....	9
B) FRAGMENTACIÓN	9
C) LOS OBSTÁCULOS PERENNES	10
9. EL VÍNCULO ENTRE NTIC Y LA EVANGELIZACIÓN	10
A) EL INTERNET UN INSTRUMENTO POLIFACÉTICO.....	10

B) FE Y CYBERCULTURA	10
10. PLAN DE ACCIÓN, PROPUESTAS: “UNA VISIÓN OPTIMISTA DE LA EVANGELIZACIÓN ELECTRÓNICA”	10
A) LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y LOS VALORES CRISTIANOS.....	10
B) LA FORMACIÓN DE EXPERTOS, DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN Y DE LOS MEDIOS INFORMÁTICOS.....	12
C) LA INTERACTIVIDAD	12
D) SENCILLEZ Y SINCERIDAD.....	13
E) EL PUESTO DEL ARTE	14
F) TÉCNICA Y ESPIRITUALIDAD	14
G) ¿ES NECESARIA UNA REGLAMENTACIÓN?.....	14
H) EL PAPEL DE LAS IGLESIAS LOCALES	14
I) UNIVERSIDADES CATÓLICAS VIRTUALES.....	15
J) LUCHAR CONTRA LA LÓGICA COMERCIAL DE LAS NTIC Y LA NOCIÓN DE PROGRESO LAICO.....	15
K) REPONER IMPORTANCIA A LA FANTASÍA.....	15
L) TENER EN CUENTA LA PARTICULARIDAD DEL MENSAJE CRISTIANO EN UN MUNDO PLURALISTA	15
11. RECAPITULACIÓN DE LOS INTERROGANTES	16

1. Aclaración de términos: lenguaje, comunicación y cultura

- a) **Lenguaje**: conjunto de símbolos universales que transmiten ideas abstractas y una visión de la realidad. Todas las lenguas comparten algunas propiedades comunes (estructuras, empleo de símbolos arbitrarios...). N. Chomsky habla de “gramática universal”.
- b) **Determinismo lingüístico**: nosotros no somos capaces de pensar en aquello de lo que no poseemos las categorías lingüísticas. El lenguaje determina el pensamiento (SAPIR y WHORF).
- c) **Los marcos de referencia**: para comunicar, es necesario comprender el contexto de vida y la forma de pensar del propio interlocutor.
- d) **Civilización/Cultura**: la civilización, apropiándose un punto de vista orientado hacia el exterior, puede hacer referencia a un concepto de universalidad, de progreso y de materialidad. La cultura, en cambio, hace referencia a la particularidad, la tradición y la dimensión espiritual.

2. Lenguaje y comunicación en las sociedades globalizadas y secularizadas

- a) **Un nuevo contexto cultural**: Para afrontar mejor la problemática del lenguaje y la comunicación y de una “nueva estrategia” de evangelización, es necesario entender los contextos culturales en los que se desarrollan: la revolución de la tecnología de la información -entre otros la televisión y, después, el Internet- ha dado origen a un nuevo lenguaje global y a **nuevos valores**. La rapidez de estos nuevos medios de comunicación hace eco al reino de la **eficacia** y la **inmediatez**.
- b) **La postmodernidad: edad del sueño**: las posibilidades técnicas de las **NTIC**, (**Nuevas Tecnologías de la de Información y la Comunicación**), han aumentado enormemente la cantidad de las comunicaciones, en detrimento de su calidad. Este deterioro de la comunicación interpersonal es de atribuirse a una fuerte individualización de las sociedades, que sustentan el derecho y el acceso a la libre elección, y constriñen a los internautas en su mundo virtual. La importancia de la libre elección, teorizada por los Ilustrados, se contrapone a la pérdida de sentido de autoridad, de tradición y de naturaleza.

- c) **El clima de confusión:** la velocidad de la comunicación y el acceso a la información, ya ahora posible con los NTIC, así como el acrecentado número de interlocutores en juego, deja un vasto espacio a la interpretación, en un clima de confusión general.
- d) **Un mundo secularizado:** la religión viene relegada a la sola esfera privada. La visión moral de la Iglesia, que en el pasado plasmó el vivir cotidiano y los modos de pensar, se desmorona en una sociedad moderna bastante secularizada. El mundo secularizado ya no habla el mismo lenguaje de la Iglesia.
- e) **La ciencia:** hoy la comprensión universal del hombre y su universo viene propuesta por la Ciencia, y la Tecnología que su corolario, con descubrimientos tecnológicos que han cambiado nuestro modo de vivir y de pensar. El lenguaje científico (o *net language*) muy a menudo es considerado como lo único auténtico. Además, estas nuevas referencias, proporcionadas por una visión científica, empujan hacia una vida irreal e inhumana. El lenguaje y método científico, que antes que nada crea compartimentos y se divide en especializaciones, se opone a una vida cristiana global, homogénea y coherente.
- f) **La dimensión multicultural de las sociedades** y los intercambios vienen multiplicados por esta formidable capacidad de los NTIC de **eliminar la distancia** entre los interlocutores. Pero este pluralismo, ya ahora inevitable, tiende hacia un **relativismo** confuso, sobre todo en los debates políticos y éticos. Ahora, indudablemente se trata de una falta de sentido, de verdad, (incapacidad de responder a la pregunta "¿por qué vivo"?) que es en parte la responsable de esta crisis de la comunicación y más profundamente de la cultura. Sin contar con que estos cambios multiculturales, asociados a una desregulación de los mercados y a una concentración económica, pueden acelerar la homogeneización estéril de las culturas.
- g) **Los aportes positivos:** la globalización de los medios de comunicación favorece una mayor **colaboración** entre pueblos diferentes y culturas diferentes, por ejemplo, en el ámbito de la investigación científica. El anonimato, elemento característico de la comunicación en Internet, puede animar a los usuarios a una mayor libertad de expresión. Los nuevos medios de comunicación, tipo **Facebook**, son instrumentos de comunicación preciosos para las **poblaciones marginadas u oprimidas**. En fin, esta globalización contribuye al **deseo humanizante de "conexión"**, y al **necesario diálogo intercultural**. Se puede también responder, frente a los riesgos anunciados de homogeneización cultural por los NTIC, que estos últimos, gracias a su carácter descentralizado, pueden sustraerse a las leyes de difusión masiva de los medios de comunicación clásicos y, por tanto, preservar la diversidad cultural.

3. Los NTIC y los cambios culturales

- a) **Consecuencias sobre nuestros modos de pensar, “We are how we read”**: la **reducción del tiempo de lectura** del periódico, además de la aparición de una práctica como el **“skimming”** (lectura rápida en diagonal), o del **“zapping”**, (ahora ya algunos hablan del Homo Zappiens), favorece una disminución general de nuestras capacidades de **concentración, de contemplación**, más allá que de **interpretación**. En nuestra cultura del **“copia-pegar”** nosotros asimilamos diferentes hechos sin realizar una **reflexión de profundización**. Una pura erudición sirve de contrapeso a una preocupante pérdida de **espíritu crítico**. La diversidad de interlocutores, muy a menudo, pone todas las opiniones al mismo nivel, haciendo difícil la distinción entre verdad y opinión.
- b) **Un nuevo instrumento, nuevos sistemas simbólicos**: la revolución tecnológica de Internet y las otras NTIC - introduciendo elementos como la rapidez, un acceso más veloz a la documentación, la facilitación de la investigación, el bajo costo de las comunicaciones y la accesibilidad a la información, la abolición de las distancias - ha permitido avanzar a pasos agigantados en los ámbitos de la enseñanza a distancia o del telemedicina, modelando los “nuevos valores” de una inédita cybercultura.
- c) **El derrocamiento de las barreras tradicionales**
- a. Las nociones de tiempo y espacio
 - b. Lo real y lo ilusorio
 - c. El contenido y el mensaje. Ahora ya, como Marshall MACLUHAN demuestra, “el medio es el mensaje”, en un sistema en el que la forma es mucho más importante que el contenido.
- d) **Los peligros inmediatos**
- a. **El anonimato** que anula la responsabilidad de los interlocutores con respecto de sus intenciones y pone la cuestión de la dependencia, expresada sobre todo con la necesidad de “vivir” en un mundo virtual.
 - b. **La credibilidad y rastreabilidad de la información**, dentro de un sistema que funciona en red, en la cual cada uno puede convertirse en fuente de información.
 - c. **Deformación del lenguaje**: con el **“LOL (=Language On Line) speak”**, serie de abreviaciones y deformaciones ortográficas en el que la fonética es más importante que una correcta ortografía, está ligada a la rapidez de escritura impuesta por los NTIC como la discusión *on line*.

- d. **Pérdida de la misma noción del verdadero sentido de la comunicación**, que no es un simple intercambio de informaciones, sino que implica la escucha y el respeto para comprender al propio interlocutor y unir a los hombres.
- e. **Desarrollar una cultura de la banalidad y lo superficial** en la que seamos incapaces de alcanzar el corazón de las problemáticas.

4. Los medios de comunicación

- a) **El Internet**: además de las diferentes características arriba descritas (rapidez, abolición de las distancias...), el Internet, así como la televisión, responden al extraordinario progreso tecnológico de la **comunicación en tiempo real**.
 - a. **Youtube**: verdadero arcótipo virtual.
 - b. **Google**: instrumento de búsqueda que depende de un cierto “**taylorismo del espíritu**”. Es necesario subrayar que los navegadores informáticos de Google conducen investigaciones avanzadas en el campo de la inteligencia artificial. Además, Google o las otras redes sociales presentes en red (Facebook, Twitter...) representan un maná precioso de información para las publicidades dirigidas.
 - c. **Las SNS**: *social networking sites*, de las cuales las más famosas son Facebook o MySpace, permiten crear **comunidades virtuales**.
 - d. **La Web 1.0 y la Web 2.0**: La Web 1.0 comprendía sencillamente datos sobre papel trasladados bajo forma numérica a las páginas html. La Web 2.0 está orientada hacia el compartir datos. El internauta ya no es sólo espectador sino también protagonista.
- b) **Televisión**: exactamente como para la revolución del Internet, la revolución televisiva ha cambiado nuestros modos de obrar y de pensar. Aunque en muchos países occidentales el proceso de comunicación e información ya se realiza por el Internet, **no se debe descuidar la importancia de la televisión** y sus accesorios (videocasetes, redes vía cable, para llegar a una población más anciana y/o que no tiene acceso a la infraestructura para Internet.
- c) **Cine**: un medio aún capaz de **narrar una historia profunda** y de capturar la atención, no fragmentada, en un mundo de comunicación rápida y diversión. El cine, por tanto, responde a esta necesidad humana de pasar a través de una historia para entender la seriedad de la vida. El cine también ofrece puntos de vista diferentes. Esta diversidad es necesaria para construir un **diálogo** hacia la **verdad**.
- d) **Medios que modelan la cultura**: Hoy hablamos de la “**civilización de la imagen**”, algunos subrayan la transformación de *homo sapiens* a *homo videns*. Esta costumbre a recibir la

información por imágenes disminuye nuestra capacidad de concentración y comprensión. Las imágenes, además de dejar poco espacio a la imaginación, limitan nuestra capacidad de abstracción y conceptualización, necesaria para todo tipo de reflexión. En esta cybercultura, la digitalización de los productos, la interactividad, la cultura de la red, da un nuevo sentido a la relación entre productores, distribuidores y consumidores, sobre todo con la posibilidad de disminuir a los intermediarios y, por lo tanto, los costos. En el contexto más específico de los productos culturales, es ya posible difundir en red, para disfrutar al mismo tiempo de una participación y de una difusión en gran escala.

5. Los Medios de comunicación de masas

- a) **El contenido y la forma:** Detenernos un poco en los medios de comunicación parece necesario en un mundo cada vez más encantado por estos últimos, y no del contenido de sus mensajes. Los medios de comunicación no representan sólo canales pasivos, sino se conforman con la solicitud, por ejemplo, de la demanda de los publicitarios.
- b) **Protagonistas en los debates:** Los medios de comunicación de masa, así como las cadenas de información, anticipan las discusiones y las decisiones, en particular antes de la aparición de los textos o las declaraciones oficiales. El público, que se confía a ciegas a estos medios de comunicación, cree escuchándolos, de haber seguido el debate mismo, aunque no ha hecho el esfuerzo de una lectura personal de las declaraciones oficiales.
- c) **Cuatro lógicas de los medios de comunicación de masas:** la objetividad de la información, la visibilidad, la transparencia y de la inmediatez. Hoy la información tiene que ser divertida, se habla en efecto de “*infotainment*”: **información + entretenimiento**.
- d) **Conocimientos teológicos y medios de comunicación de masas:** si nos fijamos en el caso más específico de la relación entre la Iglesia y los medios de comunicación de masa, es necesario subrayar que los conocimientos teológicos de los periodistas muy a menudo tienen bastantes lagunas, más polarizados sobre lo sensacional y lo inmediato.

6. Los jóvenes

Los riesgos: el abuso en el uso del Internet ocasiona ciertos riesgos. Algunos juegos en red - como *Second Life* - o algunas redes sociales *on line* empujan a los jóvenes a asumir **identidades disfrazadas**, anónimas y ambiguas, reducen su capacidad de distinguir entre la realidad y su mundo virtual, limitando, sobre todo, la posibilidad de un diálogo auténtico, responsable y sincero, un diálogo “**cara a cara**”. El Internet, eliminando las distancias y constriñendo a los jóvenes en un

mundo virtual, puede dar origen a un fenómeno en otros tiempos imposible: los jóvenes están mayoritariamente en contacto con coetáneos suyos de otros países y no con su propia familia, creando una verdadera **distancia emotiva**.

7. La disparidad en el acceso al Internet

- a) **Los obstáculos para el acceso a Internet:** pobreza, analfabetismo, censura política, falta de infraestructuras (energéticas, entre otras) falta de instrumentos (hardware et software), falta de competencia, falta de motivaciones (ausencia de la conciencia de la ventaja que puede representar el Internet), dependencia tecnológica de los Países del Sur hacia los Países del Norte (por ejemplo: software).
- b) **Zonas implicadas:** África. Se advierte evidentemente una fractura Norte-Sur, tal como aquella entre la ciudad y el campo.
- c) **Necesidad de reducir esta fractura informática:** en la estrategia comunicativa de la Iglesia no tienen que ser subestimados los medios clásicos de comunicación, como los libros, las revistas, la comunicación oral a través de la predicación o lo audiovisual, pero también los vínculos entre la Iglesia, la escuela y la familia. La Iglesia no puede aislarse con una estrategia de comunicación exclusivamente vuelta hacia los NTIC. La Iglesia tiene que afrontar la revolución informática estableciendo una auténtica cultura mediática más ecuánime, ética y duradera.

8. Los desafíos y obstáculos por superar

- a) **La sociedad moderna, nueva torre de Babel:** en el contexto de una pluralidad cultural, religiosa, de pertenencia a una multitud de ámbitos con diferentes jerarquías de valores, de interlocutores, el lenguaje se hace confuso y ambivalente.
- b) **Fragmentación de las esferas de pertenencia y fracturas entre fe y cultura**
 - a. Saturación del “yo” (**Richard SENNET**): arrollados por estímulos mediáticos en cantidades industriales, en nuestra cultura de la “hiperinformación”, de la imagen fuerte y de la inmediatez, nos encontramos ante a una paradoja: nos sentimos al mismo tiempo informados y desinformados. El “yo” está disperso e incoherente.
 - b. Fractura entre la vida cristiana y la vida del ciudadano moderno: la formación religiosa se tiene que hacer en un mundo orientado hacia la tecnología. Hace falta aprender a vivir de manera cristiana en un mundo que no lo es. El cristiano es, pues,

“bicultural”. ¿Cómo transformar nosotros al mundo en vez de vernos transformados por él?

c. **Fractura entre fe y cultura:** “no aceptar el divorcio entre fe y cultura” (**Juan Pablo II**).

d. **Algunos interrogantes:** ¿Cómo crear un espacio para el silencio y la contemplación? ¿Cómo hacer sitio a lo eterno en el mundo de lo instantáneo? ¿Cómo hacer espacio al espíritu de comunidad? ¿Cómo poner el hombre al centro de los valores de la comunicación y la información? ¿Cómo transmitir un mensaje en un espacio ya saturado? ¿Cómo transmitir el simbolismo cristiano a sociedad que tiene una cosmovisión diferente del mundo, de la historia, del hombre y de Dios?

c) **Los obstáculos perennes:** la Iglesia también tiene que hacer frente a las graves situaciones arraigadas en el tiempo como la prohibición de las conversiones, las persecuciones, el indiferentismo, el relativismo o el peso de la historia y la memoria de las misiones de evangelización del pasado.

9. El vínculo entre NTIC y la Evangelización

a) **El Internet un instrumento polifacético:** la interactividad permite un intercambio rápido y directo, la participación virtual en gran escala es ya ahora posible, foros y discusiones *on line* permiten de proporcionar consejos en red. El Internet, con la posibilidad de efectuar cuestionarios e investigaciones en red permite tener un “*feedback*” más significativo sobre las diversas actividades y programas realizados. Sin olvidar que el Internet, que elimina las distancias, puede convertirse en el medio por excelencia para la difusión del humanismo cristiano universal.

b) **Fe y cybercultura:** existe ya un fuerte vínculo entre fe y cultura. El cristianismo puede servirse del instrumento del Internet para informar, compartir experiencias, dar vida a una cohesión de dimensiones inimaginables.

10. Plan de acción, propuestas: “una visión optimista de la evangelización electrónica”.

a) **La comunicación interpersonal y los valores cristianos**

a. **Repensar la comunicación oral:** Necesidad de reforzar los vínculos concretos por medio de la escucha y el compartir. Aumentar las ocasiones de encuentro “tu a tu”,

(cf. por ejemplo, la tradición de visitar regularmente las familias de la parroquia de parte de los sacerdotes.

- b. Animar el diálogo y la escucha:** no olvidar que “la verdad se descubre en la amistad” (Juan Pablo II). Escuchar para individuar mejor las necesidades de cada uno y para respondernos en un clima de confianza. Recordar, a la mayoría de la gente que a menudo lo ignora, que la Iglesia está lista para acogerla.
- c. La Iglesia como “casa de la Palabra”, hacia una pedagogía del diálogo:** la comunicación no consiste en un simple intercambio de informaciones o datos, sino consolida las relaciones entre los hombres y crea comunión entre ellos. En un mundo cada vez más multicultural, el diálogo tiene que tratar con rigor los temas de la identidad, de la alteridad y de la diversidad. La diversidad no es un obstáculo, sino una riqueza que tiene que ser cultivada considerando sobre todo la importancia de la escucha y el silencio. Una formación para la escucha, por tanto, esta por desarrollar. Esta pasa por una valorización de la disponibilidad a escuchar, descentrar el “yo”, y de la capacidad de dudar de los propios prejuicios, que se forman cuando la norma de un grupo o una persona se vuelve el criterio único para acercarse y juzgar al otro. Sin embargo, el diálogo con el otro no tiene que caer en la negación de la propia identidad o en un exceso de relativismo. Una afinidad natural no es necesaria para un diálogo constructivo. La formación de una comunidad, que no considera el otro como un medio sino como un fin, es un punto de partida necesaria para el diálogo. El catolicismo, aunque se desarrolle en un contexto multireligioso, indudablemente tiene un papel importante que asumir, en particular mediante el testimonio de la caridad. Una rigurosa deontología del diálogo, en la cual el otro es su fundamento ético, y que anima una hermenéutica de la diferencia, es un instrumento indispensable.
- d. Limitar a los intermediarios,** especialmente los medios de comunicación de masa, y favorecer un acceso directo a la información para que cada fiel pueda hacerse una opinión personal sobre la materia tratada.
- e. Luchar contra el anonimato** para dar nuevamente respiro a la vida pública.
- f. La semántica influye en nuestra percepción de la realidad:** poner nuevamente en circulación las palabras “realidad”, “don de sí mismo”, “amor”, “desarrollo humano” o bien “respeto”, sabiendo que la comunicación es estéril sin estos conceptos. La Iglesia no tiene que disminuir la riqueza del propio lenguaje.

- g. La catequesis:** reforzar la catequesis y los sacramentos para desarrollar la fe personal, experiencia vivida arraigada en la vida cotidiana que puede ser difícilmente transmitida por Internet. Insistir sobre la buena formación de los catequistas para evitar el “vagabundeo espiritual”. Importancia de la homilía. Dar mayor impulso a la pre-catequesis.
- h. Fundación de una escuela de evangelización** que anime el espíritu de apertura y diálogo proporcionando una formación en el arte de comunicar.

b) La formación de expertos, desarrollo de la investigación y de los medios informáticos

a. Investigación en los ámbitos de los NTIC: el desarrollo de la investigación en las ciencias de la comunicación y una inversión significativa en estos sectores son necesarios para:

- Anticipar las evoluciones tecnológicas y su impacto cultural.
- Proveer una respuesta adecuada a estas últimas y para enfrentar la competencia presente en la *web*.
- Anticipar las tendencias en lugar de perseguirlas.

Un sistema de compartir el saber para formar a las personas en un empleo positivo de las nuevas tecnologías. Aumentar la eficacia de los sitios ya existentes.

- b. Llegar a crear un centro de Internet de cultura católica:** este centro tendrá el objetivo de divulgar la cultura católica con la ayuda de una tecnología interactiva.
- c. Los portales informáticos** son instrumentos eficaces para desarrollar el sentido de los valores a compartir y para evitar que el Internet se vuelva un lugar de individualismo y aislamiento.
- d. Los sitios:** deben responder a dos lógicas según un público dirigido. Para los católicos practicantes, estos sitios tienen que retransmitir informaciones prácticas (por ejemplo: los horarios de las misas) y ofrecer una sección de pregunta-respuestas para acompañar la vida espiritual. Los sitios deben, además, hacer conocer el Evangelio sirviéndose de las NTIC para proponer, en particular, una “nueva teología de la imagen”.

c) La interactividad

a. Administrar la interactividad en materia de comunicación e información. La Iglesia suele anunciar su mensaje como simple emisora. Por la interactividad la Iglesia se convierte al mismo tiempo en emisora y receptora. Este nuevo tipo de

diálogo inmediato (blog, e-mails, vídeo on line...) requiere la formación de grupos competentes y reactivos.

- b. No reducirse a una simple reproducción digital de documentos escritos existentes. “El mundo está más dispuesto a escuchar a los testigos que a los maestros”.

d) Sencillez y sinceridad

- a. **Importancia del tono usado:** ser humilde y realista. Hablar con calma sin asumir expresiones que recuerden una autoridad intolerable.

- b. **El target:**

- i. **Solucionar el problema de equilibrio entre lo universal y lo particular:** aunque la Iglesia tiene que fortalecer los vínculos entre todas las culturas, entre las tradiciones del pasado y las evoluciones del presente, y difundir un mensaje universal, también tiene que dirigirse a cada uno en su vida cotidiana concreta.
- ii. **Los medios de comunicación de masas:** evitar entregar a los medios de comunicación de masas como punto de referencia los textos técnicos, en cambio poner el acento en lo esencial, con un lenguaje simple, para evitar los contrasentidos y las interpretaciones falsas.
- iii. **Adaptar el medio al objetivo:** preguntarse cuál es el mejor medio en función del público a alcanzar. Adoptar, por lo tanto, lenguajes diferentes: “*One size doesn't fit all*”.
- iv. **Dos niveles de comunicación:** es necesario distinguir dos niveles de comunicación. Un nivel interno, en seno a la Iglesia y un nivel externo, entre la Iglesia y la sociedad que la circunda.
- v. **Saberse poner en cuestión:** cuando un mensaje no pasa es más probable que la responsabilidad sea el emisor antes que un receptor que no habría entendido bien. En el caso de una mala transmisión, no sirve para nada retransmitir el mensaje a voz más alta, en cambio, mejor repensar otro modo de comunicarlo, especialmente teniendo en cuenta las características del *target* del mensaje.

- c. **Encontrar un nuevo lenguaje** con la ayuda de autores, artistas e intelectuales católicos.

e) **El puesto del arte:** la Iglesia tiene también que cultivar principalmente la comunicación no verbal, con mayor razón en una cultura de la imagen, en particular animando las artes figurativas y el cine.

f) **Técnica y espiritualidad**

a. La solución, para enfrentar esta crisis de comunicación, **no es solamente técnica**. Los medios técnicos no pueden reemplazar nunca las relaciones humanas.

b. Solucionar los problemas de comunicación no pasa únicamente a través del desarrollo de nuevos programas o proyectos, sino depende **del interés y de la vocación** de las personas que los realizan con competencia y pasión. La cuestión de la nueva información no es una cuestión tecnológica sino de personas innovativas y de mentes abiertas capaces de entender toda la realidad y el dinamismo de una sociedad plural. No olvidar de poner el acento sobre el sujeto de la comunicación.

g) **¿Es necesaria una reglamentación?**

a. **Si:** el *internauta* tiene que estar en posesión de un instrumento, por ejemplo una marca de calidad, para ser capaz de reconocer el carácter oficial del sitio consultado. “*Church sanctioned*”.

b. **No:** Es necesario dejar surgir nuevas iniciativas que pudieran ser frenadas por un criterio de reglamentación severo.

h) **El papel de las Iglesias locales**

a. La evangelización debe tener en cuenta las diferencias culturales en las que se realiza. Es necesario, por lo tanto, dejar que sean las Iglesias locales las que respondan a esta crisis de comunicación, reinterpretando el propio sistema simbólico, apoyándose en sus mismas tradiciones, filosofías y culturas locales.

b. Para algunos, es necesario poner nuevamente en discusión la estructura administrativa de la Iglesia, basada en una visión occidental greco-romana, que no es capaz de adaptarse a los cambios actuales. Las soluciones no pueden venir solamente del centro para responder a las diferentes necesidades locales.

c. **Monitoreo constante de los cambios culturales.**

d. La evangelización también pasa por la acción de los **misioneros** - encuentros personales, comunicación eficaz, pasión y competencia - que para ir al encuentro las diversas culturas no aprenden sólo la gramática de las lenguas, sino también la historia de los pueblos y sus símbolos. Este “aprendizaje” no se puede realizar si no gracias a un estilo de vida cercano a la gente.

- i) **Universidades católicas virtuales:** la fundación de Universidades virtuales es una forma interesante para la Iglesia de entrar en la WEB, reforzando los vínculos entre el Norte y el Sur y luchando contra la brecha informática.
- j) **Luchar contra la lógica comercial de las NTIC y la noción de progreso laico**
- a. Los instrumentos de búsqueda y las redes de comunicación, siguen hoy una **lógica comercial** y dejan poco espacio a la verdad. (Ejemplo GOOGLE: La verdad no es un criterio sino la inversión de los clientes, que pagan para ser representados de la mejor manera.
 - b. **Cathoogle:** este instrumento de búsqueda, que se opone a la lógica comercial de Google, es muy poco conocido y su identidad católica, abiertamente declarada, generalmente recoge confrontaciones negativas.
 - c. La Iglesia tiene que contrastar **el mito del progreso laico**, según el cual modernidad y religión no pueden desarrollarse si no de manera contrariamente proporcional.
- k) **Reponer importancia a la fantasía:** se trata de entender que el corazón se toca por la razón sino por medio de la fantasía. Los teólogos tienen la tarea de llegar a los hombres por su fantasía. Por el resto, si analizamos los lenguajes del culto y los sacramentos, precisamente estos lenguajes son predominantemente poéticos y simbólicos.
- l) **Tener en cuenta la particularidad del mensaje cristiano en un mundo pluralista**
- a. Comunicar en un ambiente cristiano no significa sólo transmitir una información, sino comunicar una **realidad viviente** (el Resucitado).
 - b. Recordemos la afirmación de Benedicto XVI que considera la comunicación “**no sólo informativa sino per formativa**”. El lenguaje se estructura a partir de un proyecto de vida.
 - c. Nosotros vivimos en una **pluralidad ética** que se expresa por medio de una multiplicidad de lenguajes, una real Torre de Babel, en la cual la Iglesia está llamada a reforzar el vínculo entre la fe y la cultura.
 - d. **En el mundo de la digitalización**, la Iglesia es una institución con dimensión humana, de discusión no virtual. El mensaje cristiano tiene que ser fraterno y poner en primer plano el respeto del otro y la relación interpersonal.
 - e. **El problema de la interpretación del mensaje cristiano:** la interpretación representa una parte significativa de la comunicación. Ahora ya los mensajes cristianos son lanzados en un océano secularizado, en el que las lenguas además de las referencias éticas a los que ellas se refieren cambiaron. ¿Cómo inventar otros

modelos de comunicación en armonía con los valores cristianos? El mensaje que ahora ya es el medio, transmite una cultura secularizada. Por lo tanto, sabiendo que estos medios tienen como único mensaje exaltar la técnica, el bienestar y el éxito, ¿cómo pasar un mensaje que en parte contrasta con el medio?

11. Recapitulación de los interrogantes

- ¿Cómo transformar el mundo en vez de ver que el mundo nos transforma?
- ¿Cómo crear un espacio para el silencio y la contemplación?
- ¿Cómo hacer lugar a lo eterno en el mundo de lo instantáneo?
- ¿Cómo hacer espacio al espíritu de comunidad?
- ¿Cómo poner al hombre en el centro de los valores de la comunicación y la información?
- ¿Cómo transmitir un mensaje en un espacio ya saturado?
- ¿Cómo transmitir el simbolismo cristiano a sociedades que tienen una representación global diferente del mundo, de la historia, del hombre y de Dios?
- ¿Cómo inventar otros modelos de comunicación en armonía con los valores cristianos?
- El mensaje que ahora ya es el medio, transmite una cultura secularizada. ¿Ahora, sabiendo que estos medios tienen como único mensaje exaltar la técnica, el bienestar y el éxito, cómo hacer pasar un mensaje que en parte contrasta con el medio?