



Manuel Simó

LA COMUNICACIÓN DE LA PALABRA

Saber transmitir el mensaje

EMAÚS 150

CPL
editorial

8. INMERSOS EN LA SOCIEDAD

MEDIÁTICA

Es obvio que una reflexión sobre la comunicación de la Palabra y de los mensajes cristianos no puede obviar el hecho y la realidad de que hoy nos encontramos en una sociedad mediática donde las tecnologías avanzadas y las redes sociales han conmocionado el ámbito de la comunicación, de la educación y de la cultura en general.

Todo el mundo de la informática, y sobre todo internet, con su amplia gama de posibilidades comunicativas (correo electrónico, páginas web, blogs, boletines digitales, Facebook, Twitter, LinkedIn, PowerPoint, Youtube, etc.); así como los avances en el campo de la telefonía móvil: aparatos como pequeños ordenadores que permiten la comunicación inmediata de mensajes (WhatsApp), el acceso a las redes sociales, la difusión de imágenes (Instagram), etc., constituyen hoy en día herramientas y posibilidades comunicativas que están dando paso a una nueva civilización humana que algunos llaman la sociedad de la información y del conocimiento.

La cultura mediática se convierte, de esta manera, en la gran productora de valores y significados y es el punto de referencia para millones y millones de personas.

El gran comunicador Giacomo Alberione decía que hay que hablar a los hombres y mujeres de hoy con los medios de hoy, y tal vez por eso, una vez beatificado por el papa Juan Pablo II, es invocado como el patrón de los internautas...

Los comunicadores cristianos se encuentran, pues, hoy, con un nuevo reto comunicativo que no pueden desaprovechar, y también sobre este tema hay que sugerir algunas reflexiones.

A) LOS GRANDES MEDIOS: PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

Hasta hace pocos años los tres grandes medios de comunicación eran para la Iglesia, como también para la sociedad, la prensa, la radio y la televisión. Sin embargo, hoy la realidad se ha modificado ampliamente, y a pesar de que estos medios tienen su importancia, han surgido, como ha quedado dicho, nuevos medios y herramientas de comunicación y transmisión de mensajes que, sobre todo de cara al mundo más joven, tienen más incidencia.

Es verdad, con todo, que la prensa, la radio y la televisión continúan teniendo una importante influencia; y la comunicación de la Palabra y del mensaje cristiano no se pueden desentender de estos medios. Paradójicamente, sin embargo, se puede afirmar, una vez más, que el déficit que se observa en este ámbito es en general, y salvo pequeñas y concretas excepciones, bastante lamentable, sobre todo en relación con las producciones propias.

En el fondo del problema hay un hecho básico: a la Iglesia le cuesta creer –o quizá tiene demasiado miedo y reticencias– en la comunicación dirigida a la sociedad plural.

Sí que es cierto que la Iglesia interviene en estos grandes medios, e incluso cuenta con algunas publicaciones escritas propias, así como emisoras propias e incluso alguna cadena de televisión; pero, ¿qué calidad y qué línea ofrecen?

No se trata solo de huir de la pluralidad, ni de marginar posiciones diferentes, que siempre han existido y existirán en la Iglesia, sino que el mayor lamento es la falta de profesionalidad en la realización de estos medios de comunicación.

¿Por qué no se destinan más medios económicos, por ejemplo, a la planificación y funcionamiento más profesionalizado de las Oficinas de prensa de los obispos? ¿Por qué en los presupuestos de las parroquias no se destina dinero a favorecer una buena comunicación del mensaje?

Son un par de las muchas preguntas que se pueden formular y que tienen solo una respuesta: o no se cree en la importancia de la comunicación, o se le tiene demasiado miedo...

B) ABIERTOS, CRÍTICOS Y PARTICIPATIVOS EN LAS REDES SOCIALES

Como ya se ha puesto de manifiesto, hoy los grandes avances en las tecnologías al servicio de la comunica-

ción han transformado radicalmente la vehiculación del mensaje cristiano.

¿Qué hace y que hará la Iglesia ante esta situación? ¿Aprovechará estas nuevas tecnologías y se implicará en ellas, consciente de que son hoy los vehículos comunicativos que más llegan sobre todo a la gente joven?

Una primera actitud que hay que tener, por tanto, es mostrarse abiertos a no dejar pasar todas las amplias y variadas posibilidades que ofrecen estos nuevos medios.

Son, además, medios que con gastos mínimos, sobre todo en relación al número de personas a las que pueden llegar, pueden transmitir mensajes diversos y muy variados.

Sin embargo, hay que tener una actitud crítica. En internet todos tienen derecho a hablar y a decir lo suya, y por tanto no se puede eludir nunca una actitud de discernimiento y de crítica hacia los contenidos.

No obstante, no se puede marginar una actitud participativa en estas nuevas posibilidades. Bien asesorada por profesionales, la Iglesia debería participar en todo tipo de redes sociales y de tecnologías avanzadas para difundir la Palabra y el mensaje en todas sus vertientes.

- Y hay que considerar, además, que la informática, internet, y todo el abanico de nuevas tecnologías son medios interactivos donde todos pueden ser receptores y creadores de mensajes, y eso permite

contemplantolos más como posibilidades que como problemas o dificultades.

C) EXIGENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITALIZADA

Por otro lado, desde la vertiente comunicativa, la participación en estas redes sociales presenta también unas exigencias concretas que habrá que tener en cuenta:

- En primer lugar, hay que ser muy consciente de que la comunicación digitalizada, o el uso de las nuevas tecnologías del teléfono, por ejemplo, nunca pueden suplir la comunicación interpersonal... (estamos perdiendo la gran expresividad de mirarnos a los ojos cuando hablamos).
- El lenguaje digital deberá ser siempre sencillo, concreto y atractivo, de manera que provoque la interacción.
- La gran dificultad de muchos mensajes digitalizados es, a la vez, su multiplicidad y su permanencia fugaz.
- Un error que se observa a menudo en las páginas web es la poca constancia en la renovación y puesta al día de manera periódica. ¿De qué sirven las convocatorias ya pasadas? A muchas páginas web les pasa a menudo que son parecidas a las carteleras de muchas iglesias: están llenas de informaciones y convocatorias ya caducadas...

- Conscientes de que nos encontramos con un público necesariamente muy selectivo, por la abundancia de mensajes, habrá que revestir los mensajes, así mismo, si procede, de imágenes adecuadas y atractivas.
- En síntesis, la presencia de la Palabra y del mensaje cristiano en las tecnologías avanzadas es un hecho con diferentes vertientes, ante las cuales habrá que aplicar la sabia sentencia de probarlo todo y quedarnos con lo que es bueno...