

# Reflexiones y recomendaciones sobre ciberperiodismo en el ámbito de la pastoral informática

Por Alexander Sánchez Upegui\*

## Contenido

[Presentación](#)

0- [Introducción](#)

1- [Reflexiones para el análisis: punto de partida para establecer posibles políticas en pastoral informática.](#)

1-1 [Sobre gestión del conocimiento en la red](#)

1.1.1 [Brecha digital: un reto cultural, generacional y tecnológico](#)

1-2 [Para generar opinión \(comunicar acontecimientos\)](#)

1-3 [Sobre escritura en la red y criterios de usabilidad](#)

2. [Para finalizar](#)

[Bibliografía](#)

**Resumen.** La Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN), por intermedio de su programa de Comunicación Social, y el Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM) en convenio con el Instituto Teológico Pastoral para América Latina pusieron en marcha en octubre de 2006 la *Diplomatura en ciberperiodismo: los retos informativos de la Iglesia*, en la modalidad a distancia-virtual.

A manera de un polifonía, en este documento se presentan, sintetizados y editados, los aspectos esenciales de las 244 reflexiones que surgieron durante el foro virtual de discusión, denominado: *¿Cómo hacer Iglesia en Internet?*, entre el 2 y el 14 de octubre de 2006, en la unidad temática número 2: *Gestión del conocimiento en la red*.

---

\* Comunicador Social-Periodista egresado de la Universidad de Antioquia. En la actualidad se desempeña como docente y coordinador del programa de Comunicación Social (modalidad a distancia-virtual) de la Fundación Universitaria Católica del Norte. Es editor de la [Revista](#) virtual de este centro de educación superior. También, se desempeña como editor y corrector de textos académicos y empresariales. Contacto: [coordsoc@ucn.edu.co](mailto:coordsoc@ucn.edu.co) / [edicion@une.net.co](mailto:edicion@une.net.co)

## Presentación

La Fundación Universitaria Católica del Norte (FUCN), por intermedio de su programa de Comunicación Social, y el Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM) en convenio con el Instituto Teológico Pastoral para América Latina pusieron en marcha en octubre de 2006 la Diplomatura en ciberperiodismo, en la modalidad a distancia-virtual.

A esta propuesta formativa concurren de manera sincrónica y asincrónica<sup>1</sup> 35 comunicadores y educadores de América Latina y el Caribe quienes en su labor pastoral utilizan las tecnologías de información y comunicación (TIC).

Los objetivos de dicho programa académico consistieron en una construcción conjunta de reflexiones y conocimientos (axiológicos y disciplinares) para seguir fortaleciendo la labor comunicativa de la Iglesia, plantear estrategias para generar y divulgar información; también, comprender los cambios sociales que generan las nuevas tecnologías, escribir para publicar en entornos digitales utilizando correctamente el lenguaje hipermedial (multimedia e hipertexto); y por último, fortalecer las habilidades conceptuales, técnicas y narrativas en el contexto de la edición y del ciberperiodismo.

Durante 120 horas, con el soporte conceptual de varios contenidos diseñados para la Diplomatura (objetos virtuales de aprendizaje -OVAS) y utilizando el foro virtual (o grupos de discusión) en una plataforma educativa (LMS<sup>2</sup>), se fueron perfilando en cada una de las 4 unidades temáticas<sup>3</sup> una serie de aportes<sup>4</sup>, los cuales bien pueden servir como recomendaciones de posibles políticas o texto de orientación y de trabajo frente a los retos informativos de la Iglesia católica en el contexto de la comunicación digital, específicamente el ciberperiodismo.

En este documento –entendido como un punto de partida, no de llegada– se presentan, sintetizadas y editadas, las reflexiones que surgieron durante el foro denominado: *¿Cómo hacer Iglesia en Internet?*, entre el 2 y el 14 de octubre de 2006, en la unidad temática número 2: *Gestión del conocimiento en la red*.

Gran parte de la metodología en dicha unidad consistió en una serie de preguntas contextualizadas (a los contenidos, objetivos de formación y entorno de los participantes), a la estrategia formativa denominada *retórica del impacto*,

---

<sup>1</sup> El concepto asincrónico alude a las interacciones que se dan en diferido; es decir, cada participante en su propio tiempo, como en el caso del correo electrónico o el debate paulatino en los foros; lo sincrónico tiene que ver con una comunicación simultánea; es decir, en el momento, como es el caso de de las conversaciones en línea (*chat*).

<sup>2</sup> Plataformas de formación LMS, por sus iniciales en inglés: *Learning Management Systems*.

<sup>3</sup> Las unidades fueron: Gestión del conocimiento en la red, Periodismo digital, Escritura en la red, y Herramientas para el periodista *on line*.

<sup>4</sup> En la educación virtual la interacción, bien sea sincrónica o asincrónica, es uno de los pilares fundamentales del proceso formativo. En las 120 horas de la Diplomatura, integrada por 4 unidades temáticas, se dieron: 1.369 mensajes de correo electrónico enviados por los docentes; 242 mensajes de correo remitidos por los estudiantes a los docentes y participantes; y 456 mensajes de tipo argumentativo-expositivo en 5 foros de discusión.

la argumentación y el debate grupal, con la mediación y orientación de un docente y la participación de un relator.

## 0. Introducción

Las tecnologías de información y comunicación (TIC), aplicadas al periodismo, a la gestión informativa y construcción de contenidos educativos exigen análisis y comprensión de los nuevos lenguajes o maneras renovadas de contar la realidad, difundir el conocimiento y generar opinión.

Lo anterior constituye un reto y una tarea -particularmente para la Iglesia- pues es necesario mirar los signos de los nuevos tiempos, comprender y dotar de sentido el uso y las potencialidades de las TIC en el contexto de la evangelización y la gestión informativa en las diferentes conferencias episcopales y diócesis; en otras palabras, asumir la informática en cuanto reflexión, capacitación y aplicación como herramienta de gestión al servicio de la pastoral.

Internet y otros sistemas tecnológicos tales como la multimedia y los *softwares* educativos<sup>5</sup> pueden ser un espacio formativo, comunicativo e informativo, en el cual el lenguaje, los apoyos gráficos y la edición de contenidos son muy diferentes a los que se siguen en formatos impresos y en otros medios de comunicación.

Desde esta perspectiva, y aunque no todo lo que se publica en la red o se divulga mediante estas tecnologías es educativo o periodístico, sí requiere de un tratamiento periodístico y/o educocomunicativo que debe fundamentarse, por ejemplo, en la aplicación del criterio selectivo y ético de un profesional, en el adecuado uso del lenguaje, en estrategias formativas, en la elaboración de los relatos, de los textos, de los hipertextos; en el contexto, la interactividad y las ilustraciones con los valores y la "gramática" propias del periodismo<sup>6</sup> y, en general, de la comunicación como estrategia para incidir en el público al cual va dirigido el mensaje.

A partir de lo anterior surge el porqué o la razón para que desde el programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Católica del Norte se haya propuesto esta Diplomatura en Ciberperiodismo.

---

<sup>5</sup> ECHEVERRÍA EZPONDA, Javier. El futuro de las lenguas en internet. En: VILLA MEJÍA, Víctor. Los destinos de la lengua española. Medellín: Universidad de Antioquia, 2003. pp. 49-54.

<sup>6</sup> GARCÍA POSADA, Juan José. El nuevo itinerario del Periodismo Electrónico. En: Vínculo [publicación on line] Disponible en: [<http://horde.upb.edu.co/perelec/revista/narrat.htm>]. Fecha de consulta: 22 de marzo de 2006.

## 1- Reflexiones para el análisis: punto de partida para establecer posibles políticas en pastoral informática

Son varios y muy conocidos los referentes o textos de orientación que se tienen sobre *Iglesia, medios de comunicación e Internet*, por citar sólo algunos: *Communio et progressio*, *Aetatis novae*, Concilio Vaticano II, Decreto sobre los medios de Comunicación Social *Inter mirifica* y los documentos del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, como por ejemplo: La Iglesia e Internet.

Dice este último documento que “la Iglesia tiene un doble objetivo con respecto a los medios de comunicación. Uno de ellos consiste en fomentar su correcto desarrollo y uso con vistas al progreso humano, la justicia y la paz” [...] y el otro: la preocupación en y por la Iglesia misma, toda vez que la comunicación es más que un ejercicio de técnica<sup>7</sup>.

Ciertamente la comunicación es más que un asunto de técnica, pero sin un manejo estratégico y adecuado de ésta, indudablemente la claridad, el sentido y la oportunidad de cualquier mensaje o acto de comunicación, en este caso mediado por las TIC, podrían verse afectados. Y es aquí donde reside el objetivo de este documento: a la luz de la axiología católica, proponer elementos de orden disciplinar (el cómo) referidos a la comunicación digital; así lo expresa el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales:

Es importante, además, que la gente [...] use Internet de modo creativo para asumir sus responsabilidades y realizar la obra de la Iglesia. No es aceptable quedarse atrás tímidamente por miedo a la tecnología o por cualquier otra razón, considerando las numerosas posibilidades positivas que ofrece Internet.

El punto de partida para proponer dichos elementos referidos a la comunicación digital lo constituyeron varias preguntas (contextualizadas y presentadas gradualmente según los temas de la unidad 2) que motivaron la discusión en el foro virtual, entendido como una nueva ágora donde el conocimiento es el resultado de una construcción social, a saber:

### Preguntas

- 1-¿Cuáles deben ser los principios básicos para una pastoral de las comunicaciones en el contexto de la gestión del conocimiento en la red? De manera breve enumere mínimo 3 y máximo 5 razones con su respectiva sustentación.
- 2- Según su concepto, ¿cuáles habilidades comunicativas se requieren para gestionar conocimiento en la red?
- 3- ¿En su labor comunicativa cuáles estrategias pondría en marcha para gestionar conocimiento en la red? Enumere de 3 a 5.
- 4-¿En su rol de editor, redactor, webmaster o director de comunicaciones

<sup>7</sup> Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. La Iglesia e Internet. Ciudad del Vaticano 2002. Disponible en Internet: [http://www.vatican.va/latest\\_sp.htm](http://www.vatican.va/latest_sp.htm)

cómo garantizaría la veracidad de las fuentes en la red? Al respecto, ¿cuáles mecanismos de control pondría en marcha en su medio digital o portal?

5- ¿Qué papel cumple el hipertexto en la gestión del conocimiento en la red?

6- ¿Cómo generar opinión pública [influencia] desde la Iglesia en la sociedad de la información? Formule por lo menos 3 estrategias.

7- ¿Cuáles son las prácticas de uso en la Iglesia para generar opinión en los ciberlectores?

8- ¿Las comunidades virtuales abren, efectivamente, y por sí solas, nuevas posibilidades de desarrollo? Si su respuesta es negativa, ¿cuáles serían sus recomendaciones para garantizar este desarrollo?

9- El espacio virtual, ¿estrecha o ensancha la brecha de conocimiento entre los países? ¿Por qué?

10- La cibercultura, ¿da lugar a nuevas formas de integración global y a un uso más simétrico de la información disponible en el mundo?

Las preguntas tienen un efecto multiplicador en la experiencia vital. Formulemos una pregunta en busca de información y sólo obtendremos una respuesta o un hecho; lancemos una pregunta en busca de comprensión, y desataremos una cadena poderosa de acontecimientos<sup>8</sup>.

## 1-1 Sobre gestión del conocimiento en la red

Cuando los comunicadores y/o periodistas se integran a la red, se ven abocados al diseño conceptual de aplicaciones tipo hipermedia (audio, texto, imagen, vídeo, recursos esquemáticos, hipertextos) y a la realización (entre otros) de géneros como la nota informativa, el artículo de análisis, la entrevista o la moderación y síntesis de encuentros en red. Sin embargo, a parte de los aspectos técnicos, disciplinares y de procedimiento es un imperativo no dejar de lado “el carisma fundacional del ejercicio periodístico” y el sentido de la comunicación.

Desde esta perspectiva, uno de los participantes de la Diplomatura, P. [Jorge Alberto Izquierdo Ruiz](#), S.J. (educador popular-Colombia), aporta un punto alto en la reflexión al afirmar que

la “virtualización de la vida’ que promete Internet encubre una manipulación política y económica que busca limitar las posibilidades de los sujetos para actuar y de paso transformar los entornos cotidianos de relación con otros seres y con la naturaleza.

Esta mirada puede resultar arcaica para muchos de los que entusiasmados por el show de los lenguajes que la red permite, encuentran posibilidades

<sup>8</sup> BELL, R. Chip. El Gerente como Mentor. Ed. Norma, p. 84., citado por MORA, Martha Cecilia. La tarea del docente. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. No. 14 (febrero-mayo, 2004). Disponible en: <http://portalucn.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/index.htm>

'ilimitadas' de educación para los sujetos. Cabe aclarar, que no intento 'satanizar la red, pues como recurso tecnológico es muy 'potente' para el campo de la educación y la evangelización, y sin embargo me ratifico 'en que en la simulación del mundo y sus relaciones' no es posible encontrar respuestas a los problemas que se les presentan a los habitantes del planeta en este momento de la humanidad.

Propongo como inicio de la construcción de conocimiento (a que esta diplomatura invita) las siguientes ideas de usos de internet para fortalecer las acciones pastorales encaminadas a la construcción de la Iglesia:

a) El trabajo en red nos brinda la posibilidad de ir más allá de la apropiación de información al dinamizar relaciones interpersonales con pares (pastoralistas) y otras personas de Fe que actúan a favor de la construcción y el fortalecimiento de la Iglesia.

b) Reconocer problemáticas cotidianas comunes en culturas diferentes (lo común en lo global), de modo que los interrogantes generados permitan sumar perspectivas que contribuyan a la solución de las mismas (lo global actuando en lo local, a la luz del mensaje de Cristo).

c) Agenciar la necesidad, para el hombre y la mujer de hoy, de 'desvirtualizar la vida' de modo que seamos sensibles a nuestros entornos locales y no a las imágenes que desde internet circulan. En otras palabras, que nos duelan más las personas marginadas del desarrollo que habitan nuestras ciudades (pues con ellas podemos actuar inmediatamente) y menos las representaciones mediatizadas de la vida de marginados que circulan por la red. De lo contrario, corremos el riesgo de quedar satisfechos con la circulación de un mensaje en la red y de paso inhibir la capacidad que todo ser humano tiene de actuar en la relación directa con los otros (oración con hechos en términos del Apóstol Santiago).

d) En el mismo sentido del párrafo anterior, comprender que los procesos formativos para la vida no se sustentan en la 'explicación del hecho o del concepto, sino en la 'implicación' de estos en la vida de sujetos concretos.

e) Asumir que el encuentro solo tiene sentido si nos facilita la acción conjunta. Por ello, la red permite ponernos de acuerdo (comunicarnos, entrar en comunión) para que al actuar localmente, podamos impactar globalmente (de lo local a lo global). Permitiendo sumar múltiples fuerzas pequeñas que al actuar mancomunadamente le generan un contrapeso a los poderes corporativos transnacionales que vienen determinando, para más de la mitad de la población mundial, una vida indigna.

f) Aprovechar el ahorro energético en la construcción de conocimiento (mayor tiempo disponible) que permite la disposición de información en la red, para destinar este ahorro a la construcción de comunidades locales fuertes en la vivencia de la Fe y en la realización de acciones que honren dicha Fe.

g) Encontrarnos en diálogos fraternos con personas de otras convicciones religiosas, de modo que podamos avanzar en la construcción de una visión Ecuuménica Global, donde se respeten las diferencias y se comprenda que el fin último es el mismo para todas las visiones espirituales: construir un mundo donde la justicia, la equidad, el respeto por la diferencia, la valoración de la vida, se conviertan en los mínimos éticos necesarios para lograr un mundo con vida digna, que no es otra cosa que 'El Reino de Dios' al que Cristo nos invita.

Otro de los participantes de la Diplomatura, [Javier Lasso](#) (de Radio Católica de Ecuador), expresa que la Iglesia “debe buscar la forma de llegar a todos y cada uno de sus miembros, su comunidad, sus hijos, y si la tecnología ha evolucionado y existe la internet”, entonces ésta debe estar presente allí y manifestar sus enseñanzas en la red. En este medio multicanal que es la web, “indudablemente el emisor es la Iglesia, el mensaje la Buena Noticia (el Evangelio) y el receptor o receptores los fieles”. En este marco, no se debe olvidar que una de las características de la gestión del conocimiento en la red es la interacción, así que la comunicación debe ser un proceso de ida y vuelta.

Desde esta perspectiva (continúa diciendo Javier Lasso) es recomendable poner en marcha lo siguiente:

- a) Practicar el real sentido de inmediatez para las comunicaciones y la disponibilidad de la información.
- b) Incluir en el portal o sitio web un elemento de realimentación como por ejemplo un espacio para crítica y opinión sobre la información presentada.
- c) Dirigir la actividad en la generación de opinión pública por medio del análisis editorial, principalmente con los denominados *focus groups* en un foro o una sala de *chat*, y desde allí propiciar análisis y reflexión.

Por su parte, [Samuel Najera Mata](#) (de la Diócesis de Texcoco, México) manifiesta que “la comunicación e información en la red tienen que hacer presente a la Iglesia, su Misión Evangelizadora y su actuar pastoral, aportando contenido periodístico auténtico y verdadero en la entrega de las propias realidades de cada comunidad de Iglesia en todos los rincones de nuestra América Latina”. Algunos de sus planteamientos son:

- a) Es necesario, desde la posición eclesiástica, aportar y proveer de sentido el uso de las TIC, este es un principio fundamental.
- b) La acción pastoral no es sostenible sólo por los interesados en el campo de las TIC. El sacerdote cumple aquí una función privilegiada al proponer el conocimiento y uso de las nuevas tecnologías y propiciar con ello la posible Comunidad Digital Eclesial. Es necesario descubrir y potenciar la aplicación de una Pastoral de la Informática.
- c) *Disposición al cambio*. Las TIC llegaron para quedarse, seguir creciendo y desarrollándose. Surge entonces la necesidad de adherirse (con visión crítica) a la cultura digital e intentar avanzar con las TIC.
- d) *Aceptación*. No necesariamente tiene que ser forzoso o conformista el uso de las TIC. Sin embargo, vale la pena el esfuerzo de incorporarse en el conocimiento de las nuevas herramientas. Cuanto más se acepte, mayor calidad existirá en la experiencia digital.
- e) *Uso*. No se puede ofrecer la simple conveniencia de la utilización de las TIC. Es indispensable el convencimiento. Su uso debe ser camino de la llamada a la Nueva Evangelización: nueva en su ardor, nueva en sus métodos y nueva en sus expresiones.
- f) *Compartir y poner en común*. Este es elemento indiscutible en la experiencia de Iglesia. Esfuerzo que hace palpable la Red Informática de la Iglesia en América Latina ([RIIAL](#)).

g) *Práctica*. El utilizar las TIC para las recientes generaciones de niños y adolescentes es un juego con el que ganarán conocimiento y habilidad. Para muchos adultos requiere de esfuerzo y perseverancia. La práctica jamás debe ser abandonada, pues solo con ella perfeccionamos nuestra “navegabilidad por la red”, “experiencia virtual” y “comunicación digital”

h) *Educación*. Definitivamente la Iglesia en Internet requiere aprendizaje. Hay que procurar el estudio sistemático y progresivo de la cultura digital.

l) Para garantizar el desarrollo de las comunidades virtuales, desde la perspectiva de la gestión del conocimiento, se debe:

-Capacitar a los Obispos para conducir también a la Iglesia desde las TIC.

-Preparar desde el Seminario de los Presbíteros. Así mismo a los misioneros y evangelizadores de tiempo completo para que puedan ser mediadores de los mensajes y contenidos de la Iglesia.

-Educar a las comunidades y aprender a utilizar y a trabajar con las tecnologías que tienen a la mano. No esperar a tener lo más novedoso o sofisticado. Hacer también la red sin tecnología ni Internet.

Las recomendaciones anteriores se tocan con los planteamientos de la participante uruguaya [Carla Alejandra Lima Fontoura](#), para quien “las tecnologías audiovisuales provocan un cambio en las estructuras mentales. Los jóvenes que nacieron en la llamada cultura del espectáculo y que dependen de las tecnologías para comunicarse, piensan de forma distinta a los que no acceden a la tecnología de la misma forma. De ahí la necesidad de conocer esos nuevos modos de aprehensión del mundo para divulgar La Buena Nueva desde y en la red”.

[Elsie Del Rosario Yáñez Zurita](#) enfatiza en la necesidad de que los comunicadores católicos adquieran un sólido conocimiento de la red para lograr una comprensión del significativo círculo de incidencia en la realidad mediante el uso de las TIC. La participante recomienda:

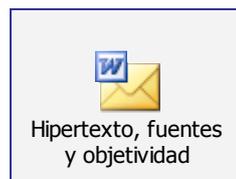
a) Utilización de la tecnología de información y comunicación para hacer más cercana y viable la proclamación del Reino.

b) Profundizar y aplicar en los diferentes proyectos web el concepto de hipertexto informativo, el cual permite una mediación más directa con las fuentes. Los lectores pueden componer su propio relato con solo seguir unos vínculos u otros; es decir este tipo de hipertexto es una construcción social de acontecimientos de un mundo social integrado por realidades diversas y plurales. Aquí adquiere el lector más responsabilidades en la interpretación objetiva. Ver más sobre hipertexto...

La sintaxis hipertextual: un aporte para la discusión en el foro Iglesia e Internet:



El hipertexto al servicio de la objetividad:



De otra parte, en cuanto al tema de la información y el conocimiento desde una perspectiva ética, el participante [Carlos Alejandro Martínez del Alto](#), expresa: "...privar a una persona del conocimiento es quitarle la libertad que posee y coartarle su dignidad de ser humano. No es libre porque el panorama que se le presenta es incompleto y se le esconde una parte de su realidad. Por lo tanto, ha de plantearse siempre la información de manera total [...] El conocimiento correcto es resultado del correcto uso de la información. Siempre que se comunique algo, debe hacerse con un estricto apego a la verdad. Es justo anunciar, denunciar, advertir, compartir... lo que cada uno en base a su conocimiento puede plantear".

[Diana Cristina Enríquez Vinuesa](#): si "Internet, al igual que la cotidianidad, es el mundo de la representación, esto es, de las imágenes, de los conceptos y de las emociones", entonces en este gran escenario lo que nos queda por hacer es efectivizar en nuestras realidades una verdadera gestión del conocimiento en la red a través de sus diferentes estrategias y principios básicos. Veamos:

- a) Para conseguir que la Pastoral de las Comunicaciones alcance sus objetivos más importantes, debemos crear espacios o perfeccionar los que ya tenemos en la web con la perspectiva de generar y permitir la participación de nuestros ciberlectores, fomentar su interacción, otorgarles el espacio donde construyamos el conocimiento de nuestra realidad para luego transformarla y obtener de todo esto el crecimiento humano y espiritual que estamos buscando.
- b) El trabajo de difusión de conocimientos en una red de arquitectura abierta como internet permite llegar a un sinnúmero de ciberlectores que desde otros lugares y horarios buscan información sobre lo que pasa o hace la Iglesia Católica en el Mundo. Para los ciberlectores debemos comunicar hechos, noticias, eventos o acontecimientos de la Iglesia de manera oportuna y actualizada.
- c) Para lograr el efecto esperado, que se resumiría en captar un mayor número de ciberlectores, hay que echar mano de la gama de posibilidades que ofrece el diseño gráfico; la creatividad para elaborar titulares y frases que enganchen al

público; el profesionalismo y el enfoque tanto de los editores como de los fotógrafos además del correcto empleo del lenguaje en artículos cortos pero realmente atractivos.

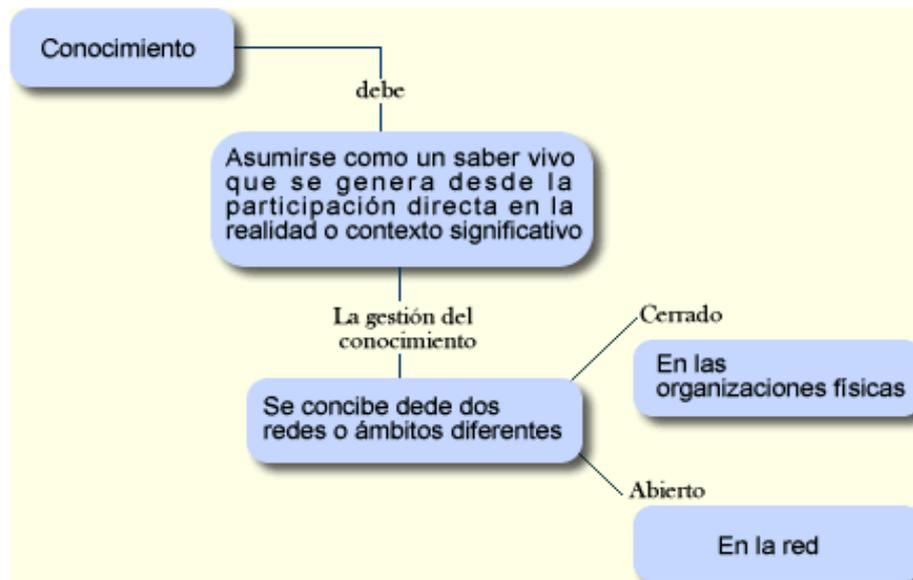
José Howard Rivera Fernández (Bolivia), al referirse a cuáles deben ser los principios básicos para una pastoral de las comunicaciones en el contexto de la gestión del conocimiento en red, aporta lo siguiente:

- a) Plena conciencia de las nuevas realidades virtuales en dos niveles a) fenómeno internet, b) implicancias de la gestión del conocimiento en red. En Bolivia conviven generaciones 'pre' y 'co' participantes del fenómeno internet. Eso mismo se refleja en la mentalidad de nuestros obispos y sacerdotes, de hecho los podemos fácilmente ubicar en uno de esos grupos, con la aclaración de que los primeros son una abrumadora mayoría.
- b) Inmersión en esta nueva realidad porque nadie puede dar razón de lo que no vive, es lo que estamos intentando provocar a través del proceso PASCOM (Pastoral de la Comunicación Social en Bolivia) con grandes satisfacciones pero también con grandes desencantos.
- c) Capacitación en la acción porque luego de demostrar los evidentes beneficios de algunas de las nuevas tecnologías en contextos reales, debemos adecuar nuestras orientaciones a las necesidades concretas y particulares de cada caso.
- d) Superar la concepción instrumental de la comunicación y por consiguiente también de las nuevas tecnologías. En Bolivia seguimos luchando para abordar el fenómeno comunicacional como un fenómeno cultural integral, sólo en esta medida puede haber un adecuado abordamiento y uso por parte de las iglesias locales. El fenómeno internet no escapa a esta necesidad.
- e) Asumir la dinámica de los nuevos lenguajes. Internet integra los lenguajes tradicionales y los nuevos lenguajes en una dinámica vertiginosa llena de nuevos sentidos y significados. Por ahora, en las experiencias donde se intenta promover el uso de las nuevas tecnologías, todavía predomina la fascinación y tardan las respuestas efectivas.

Carmen Gerónima Galeano (Argentina) expresa: la misión de Internet y de los comunicadores a través de este soporte debe tener en cuenta algunos aspectos que se señalan en el texto *La Iglesia e Internet*, a saber:

- b) La realidad virtual del ciberespacio no puede sustituir a la comunidad real e interpersonal o a la realidad encarnada de los sacramentos y la liturgia, o la proclamación inmediata y directa del Evangelio, puede complementarlas, atraer a la gente hacia una experiencia más plena de la vida de fe y enriquecer la vida religiosa de los usuarios, a la vez que les brinda sus experiencias religiosas.
- c) Los responsables de los diversos ámbitos de la Iglesia necesitan conocer las características de los medios de comunicación social de cara a un uso adecuado de los mismos en la elaboración de planes pastorales en general y referentes al sector mismo de la comunicación. En muchos casos se hace necesaria una formación específica para ello, de hecho, sería un gran bien para la Iglesia que un mayor número de personas que tienen cargos y cumplen funciones en su nombre se formaran en el uso de los medios de comunicación social.
- d) La realidad distinta de cada país de América Latina hace plantear la necesidad de reducir la brecha digital en el contexto de la sociedad de la información y del conocimiento para llegar a formar la red eclesial.

En suma, tal y como se ilustra a continuación, el:



**Figura 1.** El conocimiento y su gestión

Ahora bien, la gestión del conocimiento en cualquier ámbito o red (abierta o cerrada) debe permitir:

<b>Participación</b>	→ hacer parte de la solución de problemas.
<b>Interacción</b>	→ para modificar la perspectiva.
<b>Construcción</b>	→ del conocimiento (generar opinión).
<b>Transformación</b>	→ de la realidad o entorno.
<b>Crecimiento</b>	→ en lo humano / institucional.

### ¿Cómo propiciar el encuentro entre ambas redes o espacios?

- Generar equipos virtuales de trabajo y aprendizaje con sistematización paulatina de experiencias y su posterior publicación y/o adopción como política de acción.
- Brindar posibilidades de capacitación.
- Hacer que los proyectos e iniciativas tomen cuerpo a partir de la gestión del conocimiento.

El reto es: construir organización o tejido en el ciberperiodismo a fin de intercambiar información y generar conocimiento de una forma libre, colaborativa y estructurada.

Dicha gestión del conocimiento en la red (abierta o cerrada) se enfrenta con el tema de la brecha digital. Veamos.

### **1.1.1 Brecha digital: un reto cultural, generacional y tecnológico**

Con respecto a las posibilidades y pertinencia social comunitaria de la comunicación digital, del ciberperiodismo y de la educación virtual surgen interrogantes, por ejemplo: ¿cómo se ha abordado desde el tema de la brecha digital en sus diversos matices?

La participante Diana Cristina Enríquez Vinueza, desde su contexto social-geográfico, manifiesta con respecto al tema de la brecha digital que

En el Ecuador todavía no se establece con claridad la cibercultura, donde unos o varios lectores concurren a un sitio web (...) para informarse. El trabajo para generar el entorno virtual apropiado es más complicado, no por la falta de profesionales en el tema de diseño gráfico, comunicadores, informáticos, ni por el desconocimiento del uso de las plataformas virtuales; sino por las limitaciones que tienen los ciudadanos para comprar computadoras, acceder a internet por los costos y la falta de capacitación<sup>9</sup>.

Por su parte, desde Bolivia, José Howard Rivera Fernández, manifiesta que en su país:

las redes de arquitectura abierta están todavía muy lejos de convertirse en redes sociales mediadas por ordenadores. Simplemente porque existe un enorme mito referido al acceso a internet. Sólo hace falta salir un poco del eje de las 3 ó 4 ciudades "importantes" y la realidad es otra. Sólo 4 de las 18 diócesis cuentan con posibilidades de acceso a internet de banda ancha (ADSL), en otras 10 se accede predominantemente vía conexión Dial Up (teléfono) con las limitaciones por tiempo y costo respectivos, y las restantes 4 no tienen ningún acceso. Para nosotros y para la pastoral de las comunicaciones que tratamos de impulsar esta constatación nos obliga a replantear los medios de comunicación, acompañamiento e interacción del proceso. No discutimos las enormes ventajas del uso del correo electrónico, por ejemplo, por costo, comodidad, tiempo o uso... pero frente la realidad del acceso seguimos integrando el uso del teléfono, correo normal, personas correo, radio frecuencia, fax y nuevas tecnologías.

En esta misma línea de reflexión, la participante boliviana [Rosa Carolina Carballo Quintanilla](#) expresa lo siguiente:

¿Internet? es la pregunta que escuchamos en el 70% de las personas que comparten con el Equipo de la Comisión de Comunicación de La Conferencia Episcopal Boliviana Talleres de Pastoral de las Comunicaciones (PASCOM) en las 18 jurisdicciones eclesiales de nuestro país. Iniciamos este proceso hace un año con la expectativa de utilizar internet como herramienta principal

---

<sup>9</sup> Foro virtual de discusión: ¿Cómo hacer iglesia en internet? En: Diplomatura en ciberperiodismo. Octubre de 2005, Comunicación Social, Fundación Universitaria Católica del Norte.

¡No fue posible! nuestra realidad al visitar cada región es que internet es aún una Utopía... (...) Nuestros talleres se realizan presencial, con ayuda de *power point*, se recuerdan las fechas a través de llamadas telefónica, fax, ubicando a una persona del grupo para que esta nos ayude a contactar a las demás, ¿distancia? puede ser ¿atraso en las tecnologías? si, es verdad ¿falta de recursos? en un 80% o más. Creo que sobre todo hay miedo a la tecnología, no tenemos aún una Cultura Informática, ¿cuánto tiempo pasará para superarlo? no lo sabemos, quizás muchos años... En Bolivia tenemos y podemos contar con acceso a internet en el eje troncal del país, es decir tres a lo mucho cuatro ciudades cabeceras departamentales, en algunos municipios que están cerca a estas ciudades, pero en la mayoría no.

Siguiendo esta línea discursiva, pero ya en el contexto colombiano, según la Agenda de Conectividad<sup>10</sup>, en los índices globales sobre la capacidad de los colombianos para acceder y utilizar las tecnologías de la información y comunicación, el país se ubica en un nivel inferior al de la mayoría de sus vecinos latinoamericanos.

En relación con esta situación de conectividad, el participante Samuel Nájera, en la relatoría del módulo 2, escribe: “planteamos algunas políticas, con referencia a los caminos que ha adoptado la Fundación Universitaria Católica del Norte, que en vista de esta situación de la brecha digital” recomienda explorar la manera de garantizar lo siguiente:

- Cobertura y penetración de programas referidos al ciberperiodismo y educación virtual.
- Capacitación en el uso de las TIC a comunicadores y educadores.
- Desarrollo de una pedagogía para el uso de internet.
- Desarrollo y aseguramiento de la calidad de contenidos hipermediales.
- Infraestructura tecnológica.
- Convergencia de actores y voluntades en cuanto al sentido, implementación y uso de las TIC.
- Generación de confianza en el ciberperiodismo y la educación virtual.
- Investigación y desarrollo referidos al ciberperiodismo y la educación virtual.

## **1-2 Para generar opinión (comunicar acontecimientos)**

En este punto es conveniente recordar al periodista colombiano Javier Darío Restrepo, que en uno de sus múltiples talleres con la Iglesia expresaba: “La capacidad persuasiva de los medios (independiente de su formato o soporte) no tiene que ver con su tecnología, ni con su diagramación, ni con sus recursos gráficos, ni con el discurso brillante o provocador, o de razonamiento que utilicen (importantes por demás), sino con los **hechos** que comunican”.

---

<sup>10</sup> Panorama internacional y nacional: Tabla de índices de tecnología. Acceso: <http://www.agenda.gov.co/>

Esta perspectiva se articula con la de otro periodista colombiano, Juan José García Posada, quien nos dice, al referirse a cómo será el periódico del mañana, que el asunto de fondo quizás no sean las transformaciones tecnológicas (insistimos: importantes y necesarias), sino el sentido, las ideas y las palabras que son las que finalmente quedan, pues el papel algún día se agotará, tal y “como se agotaron las tablillas de los babilonios y el papiro de los monjes medievales”, y con toda seguridad la pantalla del computador y los portales afrontarán a su turno diversos cambios.

Por ello, en cualquier proyecto de comunicación digital o ciberperiodístico no deben perder su horizonte los siguientes criterios:

- “La búsqueda de la verdad y del sentido”.
- La distancia crítica frente a los poderes, la jerarquía (o la institucionalidad).
- “La humanidad en el enfoque de los temas actuales”.
- “El respeto por las costumbres o creencias”.
- “La aportación a la convivencia pacífica”.
- El análisis y la postura crítica en “un mundo cada vez más abrumado por la banalización de las actividades humanas”.
- La contribución del periodismo en la formación de una conciencia humanista en los lectores<sup>11</sup>.

Queda entonces, siguiendo (a modo de paráfrasis) el pensamiento de San Agustín traído a colación en la Constitución Apostólica sobre las Universidades Católicas, *el gozo de generar hechos, buscar la verdad, descubrirla y comunicarla en todos los campos del conocimiento*.

Algunas de las recomendaciones para comunicar hechos (más que información) y generar una real opinión pública, de acuerdo con los planteamientos de los integrantes de la Diplomatura, son:

a) Participación en las noticias eclesiales: es muy frecuente ver que se publican noticias de la iglesia pero no existe un generador de opinión de las mismas. Por ejemplo: ¿Qué opina el ciberlector de las palabras del Papa a los enfermos del Sida? Si se plantearan estas disposiciones en foros o comunidades virtuales, con seguridad “nuestro público” se podría hacer más cercano a los acontecimientos de la Iglesia, más participativo, “más tenido en cuenta”.

b) Otro elemento en las agencias de noticias “nacionales” son las encuestas de selección. Para los estudios de gestión de información es importante porque mira la “sensibilidad” del público y puede ser un elemento de trabajo para posteriores publicaciones.

c) Presentar la vida de la Iglesia como algo nuevo. Esto es, con el apoyo de las TIC aprovechar la riqueza que guarda en su interior y que pocos conocen, en aras de propiciar un diálogo intenso y respetuoso con el mundo y sus realidades.

---

<sup>11</sup> GARCÍA POSADA, Juan José. Cuando el diablo se viste con hojas de papel. En: El Colombiano, Medellín. (Lunes 23, Oct., 2006): sección El defensor del lector

d) Impulsar una comunicación desde la base, que dé sentido, calidad y calidez al llamado de Comunión y Participación, señalada como síntesis de la doctrina del Concilio Vaticano II. Permitir que la actividad parroquial o de las pequeñas comunidades sea transformadora de la sociedad, permitiendo con esto dirigir los reflectores de los medios de comunicación digitales hacia los trabajos de caridad, paz y solidaridad. En este sentido el [comunicador parroquial puede ser un tejedor de redes](#).

e) Ofrecer a la opinión pública y a la prensa contenidos valiosos y oportunos desde las plataformas en Internet del Vaticano, las Conferencias Episcopales y los Obispos. Es necesario descentrarse de la práctica de cortar y pegar información.

f) Intensificar el Mensaje. No dejar solo a Su Santidad en la generación de noticias. Sus Obispos y los sacerdotes deben potenciar, fortalecer y conducir el tema tratado.

g) Dejarse ayudar o apoyarse de los expertos en ciertos temas, por ejemplo: cómo escribir para la red, cómo hacer gestión del conocimiento en la red, cómo editar publicaciones en línea, etc.

h) Generar una agenda de los temas que más interesan a la sociedad y que de modo cíclico van surgiendo en el escenario público (un cronograma editorial anual).

i) Lamentablemente la Opinión Pública que busca generar la Iglesia pocas veces es con intención, excepto por lo que se suscita por parte del Sumo Pontífice y ocasionalmente por algún Cardenal o regionalmente por un Obispo.

j) Tres prácticas que a través de las diferentes comisiones diocesanas de comunicación pueden desarrollarse:

- Ofrecer y en ocasiones comentar las noticias católicas.
- Apoyarse en escritores y en foros de algunos Organismos Católicos para dar seguimiento a alguna noticia.
- Enseñar a los fieles a leer la noticia católica.

### **1-3 Sobre escritura en la red y criterios de usabilidad**

[José Jesús Mora García](#) (sacerdote diocesano, encargado de Medios en Tegucigalpa, Honduras, y de la Conferencia Episcopal de este país) resalta la importancia de integrar la red.

Creo que debemos de rodearnos de un equipo en cada país que conozca de todo un poco” (en ciberperiodismo), pues “ahora se puede integrar lo que antes estaba separado: video, gráficos, audio, texto... debemos de utilizar distintos géneros en la red para llegar a los jóvenes y a todo aquel que tenga interés por conocer más al Señor. Tenemos el reto de recoger diversas iniciativas que se encuentran dispersas por el continente: producciones, portales, encuentros, *blogs*; muchas de ellas nos pueden ayudar a clarificar nuestro papel y elaborar una estrategia eficaz.

De algo si estoy seguro: no podemos hacer una transposición simple de la forma tradicional de Evangelización que ha venido haciendo la Iglesia, no se trata de hacer más de lo mismo en la red. Las TIC nos brindan infinitas posibilidades y tal

vez sea difícil medir el impacto de determinado trabajo, pero gracias a ellas, el Señor toca un corazón, alimenta la esperanza, conmueve y transforma.

Como respuesta a las inquietudes y aportes de varios participantes de la Diplomatura con respecto a las posibilidades de la narrativa hipertextual, surgieron las siguientes reflexiones-recomendaciones:

Hoy en día la redacción o presentación de información digital exige:

- Titulares completos (antetítulo, título, sumario, entrada).
- Técnica de pirámide invertida.
- Estilo activo, frases directas, subtítulos, significados unívocos.
- Presentar una sola idea por párrafo, y redactarlos de manera concisa y expositiva: informar y contextualizar.
- Garantizar variedad expresiva y precisión léxica.
- Tener rigor lógico en las ideas.
- Brindar progresión informativa.
- Ofrecer recuadros explicativos.
- Utilizar como apoyo comunicativo herramientas esquemáticas, tales como: mapas conceptuales, infografías y gráficos en general. Hay que tener especial cuidado para que estas no se conviertan en un simple adorno o en una redundancia innecesaria de lo que aparece de manera clara en el texto. Si un gráfico requiere explicación, entonces es innecesario o no cumple su función informativa.
- En el hipertexto informativo es recomendable ubicar los enlaces en los niveles más profundos del texto, no al comienzo dado que los ciberlectores podrían no regresar a la fuente principal o punto de partida.
- Calidad hipertextual (consúltese el apartado sobre hipertexto informativo).
- Garantizar interacción: posibilidad de comunicación directa con los autores y con los contenidos...

Las anteriores, entre otras, son algunas de las particularidades del texto digital. Un mensaje claro redundará en la credibilidad hacia el sitio web o publicación electrónica, mucho más si su orientación es religiosa, formativa, cultural y/o académica.

A este respecto, el académico Francis Pisani se refiere a una investigación realizada en 1997 por Jakob Nielsen, quien, contrariamente a lo que se piensa, descubrió la primacía del texto en la comunicación digital, algo que debe llamar la atención. Pero añadía una observación fundamental: "la gente rara vez lee una página web palabra por palabra, más bien la recorre con la vista (*scan*), y se detiene en palabras y frases individuales". De esta forma, un texto que se puede recorrer con la mirada debe tener ciertas características:

- Títulos y subtítulos explicativos, más que divertidos o inteligentes.
- La nota debe empezar con la conclusión, para que el lector sepa rápidamente que le deparará la lectura.

- Son útiles las listas de puntos destacados con claridad.
- El uso de enlaces hacia páginas adicionales ofrece mayor profundidad y no afecta la legibilidad, siempre en cuando sean pertinentes.
- Los artículos deben ser cortos.
- Los enlaces hacia sitios exteriores brindan credibilidad.

Concluye Pisani que al aplicar todos estos criterios, Nielsen obtuvo mejorías significativas en la legibilidad del texto. Sin embargo, la existencia de estos estudios lleva a preguntarse por qué los medios, sitios web o portales siguen ofreciendo información que pocas veces cumple con estos requisitos orientados a las convenciones estilísticas del medio y a las características del género: noticia, textos de opinión, ensayos argumentativos, informes de investigación, entre otros.

Con respecto al texto digital, los editores de sitios web o portales que a menudo reciben colaboraciones de redactores externos, deben tener presentes ciertos riesgos en la gestión de información. En efecto, para el comunicador o periodista, la mediación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) involucra dos aspectos en relación con las fuentes: el anonimato (en algunos casos) y la invisibilidad. Esto implica:

- “Un cambio en las formas tradicionales para determinar la identidad de la fuente y establecer la credibilidad de contenidos”<sup>12</sup>.
- “Una pérdida de información visual [de la fuente cuando es una persona, no una institución en la red], puesto que no se puede extraer información a partir de la observación”. Pese a la posibilidad de las *webcam*, siempre resulta más revelador el encuentro cara a cara.
- La implementación de mecanismos de control en los *chat* o foros de discusión, en los que un usuario podría suplantar a otro.
- La detección de rumores, pues la red por su condición de canal abierto, es apto para el envío de información anónima o para suplantar a fuentes que gozan de credibilidad.

A continuación, algunas estrategias para garantizar la veracidad de las fuentes y de la información en la red:

- Verificar siempre la veracidad de la información con la fuente antes de publicarla.
- Atribuir la información.
- La autodescripción y las páginas personales (*weblog*) de las fuentes ayudan a formar impresiones sobre las fuentes.
- Verificar la fecha de actualización de los datos.

---

<sup>12</sup> García de Torres, Elvira y Pou Amérigo, María José. Características de la Comunicación Digital. En: DÍAZ NOCI, Javier; y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (Coords.) Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.

- En el caso de artículos que alguien remite a modo de colaboración interinstitucional, se le debe pedir al autor que envíe o reenvíe la información desde un correo institucional.
- Se le puede solicitar una fotografía en JPG y números telefónicos o de móvil para verificar la autoría.
- En cada texto o artículo que se envía se debe constatar que no haya plagio, para lo cual siempre será útil confrontar ciertas frases o expresiones en los buscadores de la red. Usualmente un texto con variaciones abruptas en el estilo o la adopción de vocablos o expresiones poco usuales en el ámbito lingüístico del autor, indican que puede haber plagio de contenidos.
- Un texto que no pertenezca al género de opinión, y que carezca de atribuciones o fuentes al presentar datos, cifras o afirmaciones puede presentar problemas en su autoría.
- En el caso de aportes de un área específica del conocimiento (psicología, ingeniería, medicina, etc.) deben pasar por el filtro de un evaluador temático a fin de constatar su consistencia discursiva, independiente de los planteamientos que expongan.
- En todo texto se debe incluir un pie de pantalla en el que se indique que la veracidad y manejo ético de la información es responsabilidad de quienes firman como autores.
- Cuando se recibe una colaboración textual, es importante recurrir a los buscadores para rastrear información sobre el autor del artículo. En ocasiones los resultados son interesantes toda vez que remiten a páginas personales o a publicaciones similares del mismo autor; o en su defecto, se pueden descubrir inconsistencias. Estos elementos de juicio ayudan a formarse una impresión más exacta de la fuente.

En cuanto a la administración de un portal (usabilidad), ésta puede realizarse de acuerdo con las características que a continuación se enuncian, aunque hay muchas más y algunas se pueden reorientar:

- Imagen corporativa: cómo me presento ante mis públicos.
- Originalidad de la información.
- Facilidad de acceso y de exploración.
- Estructura de contenidos y organización lógica de acuerdo con los lenguajes de la red.
- Utilidad y credibilidad (imagen corporativa clara).
- Facilidad de mantenimiento de la información.
- Formato y apariencia de acuerdo con el perfil de usuario.
- Estabilidad y coherencia de la información.
- Profundidad (grado de complejidad y actualidad).
- Atractivo (innovación, atractivo visual y/o auditivo, diversión, tecnología).

Lo anterior para hacer énfasis en que la administración de un sitio web no es solamente un asunto tecnológico. La planeación, la organización y el control son procesos que el webmaster (maestro de la red) y el equipo de comunicaciones deben desarrollar de manera clara y permanente para que el sitio cumpla realmente con el objetivo que se pretende.

Generalmente, se otorga mucha relevancia a los aspectos técnicos y de diseño. Aunque esto es básico, es necesario dar la misma importancia a la información que se ofrece y su presentación. El sitio web debe ser útil para los visitantes y satisfacer las expectativas que éstos tienen: conocer el perfil del público, pues no es adecuado emprender un proceso de comunicación o de información sino conozco o tengo clara una caracterización de los usuarios. Además de un atractivo diseño y una navegación rápida e intuitiva, es fundamental que contenga información útil, bien organizada y escrita.

Así, de acuerdo con las diferentes reflexiones y aportes que surgieron durante el foro denominado: *¿Cómo hacer Iglesia en Internet?*, en la unidad temática número 2: *Gestión del conocimiento en la red*, un posible manual de procesos para la administración de sitios web podría estructurarse así:

1. Presentación del manual.
2. Políticas o principios para el manejo de la información y la gestión del conocimiento en y desde la red.
3. Proceso para editar y publicar información: quién es el encargado de aprobar la información y de corregirla en cuestiones de estilo (para esto se sigue un proceso editorial).
4. Administración, estructura, diseño y contenido.
5. Funciones del webmaster y planeación del Portal.
6. Acerca de la estructura del Portal.
7. Tratamiento de contenidos.
8. Consideraciones gráficas y de diseño.
9. Recomendaciones estilísticas generales.

Es importante continuar con la tarea de pensar y repensar los portales o sitios web de la Iglesia, y sobre todo, en la normalización de procesos, para lo cual resultaría muy útil un manual, que más que un texto, es una forma de asegurar la gestión del conocimiento. Recordemos que en el ámbito organizacional o empresarial, el conocimiento se puede encontrar "encapsulado en documentos específicos [...] en rutinas, procesos, prácticas y normas desarrolladas grupalmente por la empresa"<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> José Emilio Navas López y Martha Ortiz de Urbina Criado. Gestión del conocimiento y capital intelectual: algunos aspectos conceptuales. En: Cuadernos aragoneses de economía (Vol. 11, No. 1, segunda época, 2001) España, pp.35-47

## 2. Para finalizar

A manera de *collage*, se resaltan, varios planteamientos que surgieron durante el tema 2 de la Diplomatura, los cuales pueden orientar e iluminar este itinerario en ciberperiodismo:

- Asumir la dinámica de los nuevos lenguajes, pero luego de pensar y/o de tener claro el principio generador de la práctica comunicadora; esto es, superar la concepción instrumental de la comunicación.
- No utilizar la comunicación como estrategia de defensa y de confrontación. La comunicación para la Iglesia es principalmente un medio de diálogo para el encuentro con el otro diverso.
- Capacitación en la acción. En este punto es necesario demostrar los evidentes beneficios de algunas de las nuevas tecnologías en contextos reales. Adecuar las orientaciones a las necesidades concretas y particulares de cada caso.
- Lo importante es vencer el temor a la "Cultura informática". De ahí la necesidad de trazar proyectos y planes de capacitación. Alfabetización digital.
- Inmersión en esta nueva realidad (internet) porque nadie puede dar razón de lo que no vive. Participación en la realidad como principio básico para la gestión del conocimiento.
- No tomar como hechos los análisis y lecturas que se hacen de internet, la mayoría de las veces desde el mismo medio. Es importante tener presentes algunas estrategias de gestión del conocimiento en la red para precisar cuándo un sitio o una información son confiables, por ejemplo: que el sitio tenga un publicador (institución) que genere confianza, que el texto tenga un autor identificable y que se pueda contactar y analizar de manera crítica el texto; de ser posible, confrontar algunos apartes en buscadores reconocidos, para establecer si el mismo texto o algunos apartados de éste aparecen en la red con otras autorías o no.
- La tecnología al servicio de la persona, no la persona al servicio de la técnica.
- Además del aspecto tecnológico, debe tenerse en cuenta la brecha generacional (adaptarse a los medios y lenguajes de las juventudes).
- Desarrollar herramientas y mecanismos que permitan transmitir el mensaje de Jesús por todos los medios, un mensaje que llegue, que impacte, que cuestione, que desinstale, que renueve, que involucre.
- Es importante una Iglesia que se ponga en el lugar del otro para poder "anunciar" la Buena Nueva, que pueda hablar los códigos de hoy para ser entendida, no que cambie su propuesta, ni sus valores, ni su mentalidad, sino sus técnicas y estrategias de comunicación.

Esta polifonía que se dio en el foro *virtual Cómo hacer Iglesia en internet* (“signo vivo y prometedor de la fecundidad de la inteligencia cristiana”) en el cual se reunieron diversas voces, demuestra que las inquietudes y los caminos que se siguen en materia de comunicación no son aislados, sino que convergen con el propósito de fortalecer el pensamiento y dar testimonio de la naturaleza responsable de la ciencia, particularmente en el uso de las TIC.

Siguiendo esta dinámica deliberativa del foro, ciertamente hoy se precisa de una comunicación atenta a los interrogantes del ser humano contemporáneo, los cuales tienen que ver con el para qué de la tecnología, los fines de la información, comunicación, formación y la reivindicación de valores como la vida, la familia y la convivencia, entre otros.

Ahora bien, esta edu-comunicación atenta no se circunscribe a una reproducción conceptual o a un cortar y pegar información en las secciones de noticias o servicios informativos (lo cual es útil en ciertos momentos), sino que debe ser una entrega de realidades; o lo que es lo mismo, generar y transmitir acontecimientos como puntos de partida para la generación de opinión. Esto, en consonancia con los rasgos estilísticos o estrategias que exigen los diferentes públicos, los nuevos medios o lenguajes. Así se sintetizó y se propuso en la siguiente comunicación durante el desarrollo de la unidad 2 de la Diplomatura:

- Conjugar lo local con lo global, desde la perspectiva de la comunicación para el desarrollo, a fin de lograr:

- Integración de redes comunitarias (internet).
- Gestión del conocimiento en la red.
- Mayor visibilidad de proyectos comunitarios.
- Ejercer comunicación alternativa: net radio, blog...
- Posibilidades de teletrabajo.
- Formación profesional.
- Formación para el trabajo y el desarrollo social.

- Ser creativos para hacer de internet una herramienta para la evangelización. Esto es, activar la imaginación pedagógica. En el caso del ciberperiodismo y de la educación mediante el uso de las TIC, dice el sistema de estudios de la FUCN que “el recurso virtual, además de posibilitar el advenimiento del ciberespacio y los medios para llegar a mayor número de estudiantes, y crear nuevos nexos al trabajo académico (...), también exige imaginación pedagógica y el fomento de una nueva cultura comunicacional. Ahí están en parte nuestros retos.
- La tarea de los comunicadores es transformar la información en conocimiento para el servicio del ser humano.
- La gestión del conocimiento, como enfoque gerencial independiente del tipo de organización: ONG, institución educativa, industria, organización social, etc., constituye una nueva forma de integrar de manera coherente

lo que en muchas organizaciones, portales, proyectos educativos, etc., se encuentra en procesos aislados, a saber:

Las personas: generadoras de información y conocimiento.

La información como sistema e insumo.

La estrategia tecnológica.

- Hoy en día las organizaciones [independiente de su orientación y naturaleza] dependen cada vez más del uso inteligente de la información y de las tecnologías para fortalecer su misión y objetivos. De ahí la necesidad de planificar su uso, de darles un sentido y de ser creativos.
- De acuerdo con los conceptos de los autores Sara Artilles Visual y Fidel García González, se presentan algunos principios en la gestión del conocimiento, desde una perspectiva de administración de la información [léase intranet o sitio web], los cuales se recomienda extrapolar y convertir en acciones concretas en los proyectos digitales de la Iglesia:

Garantizar que los diferentes públicos de la organización (internos, mixtos y externos) conozcan lo que necesita de manera oportuna y clara.

Identificar dónde está el conocimiento o información y adquirirlo, procesarlo (orientarlo, editarlo, corregirlo) y darlo a conocer de forma inmediata en el formato (s) más adecuado.

Reconocer el conocimiento de cada integrante de la organización.

Registrar y documentar el conocimiento para ser almacenado técnicamente por la institución.

Crear valor agregado mediante servicios de información.

Vincular a la organización con el entorno informacional necesario y pertinente.

Disponer de una biblioteca o centro de documentación gerencial que almacene en soporte electrónico la información interna (actualizada permanentemente) generada por la organización. Por ejemplo, en la Fundación Universitaria Católica del Norte se tiene un [centro de ayudas](#) para la comunidad académica.

- Después de las personas, la información constituye el recurso más importante de la organización, por ello debe administrarse cuidadosamente, de la misma manera en que se administran el patrimonio y las tecnologías.
- Un portal o sitio web requiere una administración desde la perspectiva de la gestión de la información y del conocimiento; esto es: planificación, control, producción, gestión integrada de la información (interna y externa), uso eficiente de las tecnologías, entre otros; mucho más si se tiene en cuenta que “la información tenderá a crecer en aquellas

organizaciones basadas en el conocimiento, como insumo crítico para su desempeño”.

Para finalizar, es oportuno dejar como reflexión uno de los aportes de [Julio Cesar Monroy](#): “todo principio debe ir acompañado de una acción”; así, “es frecuente que formulemos muchos principios, pero no enfoquemos el quehacer”. Este es precisamente el reto de los participantes de la Diplomatura y de quien lea este documento, comprender que en materia de comunicación digital no se nos exige finalizar inmediatamente la labor, pero en vista de su sentido y alcances no somos libres de eludirla.

## **Bibliografía**

Bell, R. Chip. El Gerente como Mentor. Ed. Norma, p. 84., citado por MORA, Martha Cecilia. La tarea del docente. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. No. 14 (febrero-mayo, 2004).

Disponible en: <http://portalucn.ucn.edu.co/portal/uzine/revista/index.htm>

Echeverría Ezponda, Javier. El futuro de las lenguas en internet. En: VILLA MEJÍA, Víctor. Los destinos de la lengua española. Medellín: Universidad de Antioquia, 2003. pp. 49-54.

Foro virtual de discusión: *¿Cómo hacer iglesia en internet?* En: Diplomatura en ciberperiodismo. Octubre de 2006, Comunicación Social, Fundación Universitaria Católica del Norte. Contacto: [coordcsoc@ucn.edu.co](mailto:coordcsoc@ucn.edu.co)

García de Torres, Elvira y Pou Amérigo, María José. Características de la Comunicación Digital. En: DÍAZ NOCI, Javier; y SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón. (Coords.) Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel

García Posada, Juan José. El nuevo itinerario del Periodismo Electrónico. En: Vínculo [publicación on line] Disponible en: [http://horde.upb.edu.co/perelec/revista/narrat.htm]. Fecha de consulta: 22 de marzo de 2006.

José Emilio Navas López y Martha Ortiz de Urbina Criado. Gestión del conocimiento y capital intelectual: algunos aspectos conceptuales. En: Cuadernos aragoneses de economía (Vol. 11, No. 1, segunda época, 2001) España, pp.35-47

Panorama internacional y nacional: Tabla de índices de tecnología. Acceso: <http://www.agenda.gov.co/>

Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. La Iglesia e Internet. Ciudad del Vaticano 2002. Disponible en: [http://www.vatican.va/latest\\_sp.htm](http://www.vatican.va/latest_sp.htm)

Sara Artilles Visual y Fidel García González. Dimensión informacional de la gestión del conocimiento: GECYT un caso e estudio. En: Revista interamericana

de nuevas tecnologías de la comunicación (Vol. 8, No. 2, abril-junio, 2003)  
Colombia, pp.14-23.

**Versión: 16 de enero de 2007**