

Comunicación.



Más que una actividad, es una dimensión profunda del ser humano. Constituye un fenómeno complejo por el cual un emisor se dirige a un receptor con la intención de comunicarle un mensaje, escogiendo para ello unos signos que considera reconocibles para el otro. Para que la comunicación sea auténtica, emisor y receptor han de compartir un mismo interés y motivación por el contenido transmitido, así como un mismo código. Igualmente hay que evitar las interferencias tanto a nivel de contenidos como de sentimientos, expectativas o precomprensiones. Si la Iglesia quiere comunicar con su destinatario, debe plantearse si conecta con su horizonte de comprensión, necesidades y expectativas, si el mensaje es significativo y si los medios utilizados son los más idóneos.

La Iglesia, a lo largo de su historia, ha tenido que reformular el contenido del mensaje y utilizar las lenguas e instrumentos de comunicación ofrecidos por las distintas culturas: anuncio verbal, testimonio, liturgia, arquitectura, arte, escritura... La cultura moderna, marcada por el fenómeno de la comunicación de masas ofrece grandes posibilidades, pero también plantea cuestiones de capacitación y discernimiento no fáciles de resolver.

Maxím Muñoz, cmf
