

La deshumanización en la comunicación virtual y la necesidad de presentar valores cristianos, desde un servicio pastoral que alimente el corazón humano, con una mirada espiritual

Fabiana Ortega¹

Los medios de comunicación deben estar al servicio de la persona humana, el diálogo con el mundo, la comunidad y el progreso social. Hoy día, las nuevas formas de consumo demandan inmediatez, precisión y un alto carácter de creatividad. Todos estos elementos, y más, podrían colocar en juego la transmisión efectiva del mensaje (en el caso de la fuente eclesial: comunicar a Dios).

En ese sentido, resulta necesario destacar el rol educativo intrínseco en la comunicación cristiana. Los comunicadores cristianos deben ayudar a formar la conciencia de los fieles y de la sociedad en general sobre cuestiones morales y éticas. Esto implica no solo informar, sino también educar sobre la fe, la moral y la doctrina de la Iglesia, contribuyendo así a una comprensión más profunda de la vida cristiana.

Señalaba el papa Francisco en su más reciente mensaje en el marco de la Jornada Mundial de la Comunicación (2025)²: “En esta época que corre el riesgo de ser rica en tecnología y pobre en humanidad, nuestra reflexión sólo puede partir del corazón humano (...) Sólo dotándolos de una mirada espiritual, sólo recuperando una sabiduría del corazón, podremos leer e interpretar la novedad de nuestro tiempo y redescubrir el camino de una comunicación plenamente humana”.

1 Licenciada en Comunicación Social, egresada de la Universidad Central de Venezuela, con interés en la fuente eclesial. Estudiante de Maestría en Teología Pastoral ITER-UCAB.

2 Papa Francisco, *Jornada Mundial para las Comunicaciones*, año 2025.

Es allí donde debemos detenernos. En la era digital, los comunicadores cristianos debemos aprovechar las nuevas tecnologías para alcanzar a un público más amplio. La Iglesia ha reconocido la importancia de los medios de comunicación en la nueva evangelización, instando a los comunicadores a “hablar con valentía y alegría”³ sobre el amor de Dios y la verdad del Evangelio. Esto incluye el uso de redes sociales, blogs, podcasts y otros medios digitales para difundir el mensaje cristiano de manera efectiva y atractiva.

Ya el papa Francisco en 2020 dimensionaba la importancia de conducir en la autopista digital cuando, en medio de la pandemia de COVID-19, en el centro de una Plaza San Pedro desolada, se pudo conectar, a través de las redes sociales y la televisión, con millones de almas en el mundo que atravesaban sus propias tormentas en medio de un contexto lleno de incertidumbre, rabia y tristeza.

Por ejemplo, la más reciente encuesta realizada por la Comisión de Medios de la Arquidiócesis de Caracas, aplicada a más de la mitad de las parroquias, arrojó que el 94.6% se mantiene informado del acontecer de la iglesia local a través de los medios digitales oficiales. Además, el principal medio que utilizan para la difusión de las actividades en sus parroquias son las redes sociales (76.8%). Le siguen medios digitales (19.6%), medios impresos (8.9%), radio (7.1%) y televisión nacional (5.4%).

Dentro de los canales de difusión digital más utilizados destacaron Instagram con 100% y Facebook con 55.4% de los consultados. Le siguen Twitter con 19.6; Youtube con 17,9% y Tiktok con 7.1%.

Aunque para algunos es solo una cifra, la realidad es que hoy día vivimos innegablemente en una era digital que impone un consumo de información, a veces en tiempo real, y con una capacidad de síntesis e inmediatez demandante.

3 Papa Francisco, Exhortación Apostólica *Evangelii Gaudium*, Roma, 2013.

Además, existen diversos factores que pueden entorpecer, limitar o intimidar la misión evangelizadora en los medios de comunicación tradicionales o digitales. En Venezuela, por ejemplo, destaca el contexto político y social del país; el déficit de recursos económicos para el desarrollo de un trabajo profesional y de alta calidad; los ataques a la libertad de expresión y al libre ejercicio del periodismo; la polarización y estigmatización en la sociedad, y el limitado acceso a internet en algunas zonas vulnerables.

Todos estos elementos pueden ensombrecer y desdibujar la finalidad de la comunicación al servicio de Dios, así como también entran en juego las líneas delgadas entre quién comunica, qué comunica y cómo lo comunica.

Pero eso presupone, primero, una honestidad en la transmisión del mensaje y una mirada espiritual sobre la misma. Se trata de concientizar sobre el poder de la palabra y a través de ella dialogar y tender puentes. En tiempos sinodales, además, conlleva la escucha activa (incluso del otro con el que difiero) y discernir cuáles podrían ser los puntos de encuentro. Se trata de aproximarnos a través de la palabra o de la imagen a las periferias geográficas y existenciales: aquellas personas que por distintas razones se han alejado de Dios.

“Es necesario desarmar la comunicación, purificarla de agresividad. Desde los programas de entrevistas hasta las guerras verbales en las redes sociales, el paradigma que corre el riesgo de imponerse es el de la competición, de la oposición y de la voluntad de dominio”⁴, dijo el papa Francisco a finales del mes de septiembre del 2024. “Compartan con mansedumbre la esperanza que hay en sus corazones” ha sido el tema elegido.

4 Papa Francisco, *Jornada Mundial para las Comunicaciones*, año 2025.

Dimensión bíblica: Comunicar la Buena Nueva

“Vayan por todo el mundo y prediquen el Evangelio a toda la criatura” (Mc 16, 9-15) es el llamado de Jesucristo que sigue resonando hoy día y que ha exigido respuesta, en la sociedad actual, desde las nuevas plataformas digitales, para dar continuidad en la proclamación del misterio salvador de la muerte y resurrección de Cristo a lo largo de los siglos.

La Iglesia, sí, tiene la responsabilidad de transmitirlo a las generaciones presentes y futuras, pero cada uno de nosotros, como fieles, también estamos en el deber de darle continuidad, a través de nuestro testimonio y experiencia de Dios.

La experiencia de los primeros discípulos, testigos del Cristo resucitado, es un modelo para todos los creyentes. Ellos fueron enviados a predicar el Evangelio y su testimonio fue confirmado por el Señor que trabajaba con ellos. Así, la proclamación del Evangelio es un acto que debe ser vivido y compartido, reflejando la alegría y la esperanza que la resurrección de Cristo trae a la humanidad. Un solo Cristo.

Este mandato se enmarca en la enseñanza de la Iglesia sobre la evangelización, que es considerada como la gracia y vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda. La proclamación del Evangelio no sólo es un deber de los apóstoles, sino que también se extiende a todos los fieles, quienes, mediante los sacramentos de iniciación cristiana y los dones del Espíritu Santo, están llamados a participar en esta misión. Cada uno lo puede hacer desde sus espacios y con los recursos que posea: hoy, incluso, desde un teléfono celular.

Estamos llamados a comunicar a Dios, un solo Dios. En ese sentido, vale la pena también destacar el pasaje bíblico de 1 Cor 1:12-13: “Quiero decir, que cada uno de vosotros dice: Yo soy de Pablo; y yo de Apolos; y yo de Cefas; y yo de Cristo. ¿Acaso está dividido Cristo?”.

Esta cita se refiere a las divisiones dentro de la comunidad cristiana de Corinto. San Pablo expresa su preocupación por las diferentes facciones formadas. El pasaje es parte de una exhortación más amplia en la que Pablo llama a la unidad entre los creyentes, enfatizando que Cristo no puede estar dividido. La división en la comunidad es vista como un grave problema, y Pablo insta a los corintios a hablar lo mismo y a no tener divisiones entre ellos.

La enseñanza de Pablo resalta la importancia de la unidad en la Iglesia, que es descrita como un solo cuerpo con muchos miembros, todos unidos en Cristo. Como discípulos de Dios, a la hora de evangelizar a través de los medios de comunicación, debemos centrarnos en comunicar de forma recta a Dios, a través de los valores cristianos del Evangelio, y no buscando protagonismos ni intereses personales. Tampoco se trata de sumar militantes en Cristo, sino de hacer llegar la Palabra del Padre; un solo Padre.

Dimensión dogmática: Los medios como dones

La Iglesia católica universal desde hace más de seis décadas ha reconocido la importancia de los medios de comunicación social para evangelizar. Así lo dejan ver algunos documentos como, por ejemplo:

Decreto conciliar *Inter Mirifica* (1963). Presenta a los medios como dones de Dios: “maravillosos inventos”, que “la inteligencia humana perfecciona” y si se usan rectamente propagan el Reino de Dios. El primer capítulo subraya a los medios como espacios para el desempeño de los laicos, respeta la naturaleza de cada medio y llama a cuidar los principios morales, la frontera entre la fe y el arte y el crecimiento de la opinión pública. En el capítulo segundo se concentra en indicar la urgencia de incorporar los medios de comunicación en todas las obras de apostolado, en el cuidado de la predicación, fomentar el uso de todos los medios: prensa, cine, radio y televisión, formación integral (fe y medios) de todos los agentes de la evangelización, entre otros temas.

Instrucción pastoral *Communio et Progressio* (1971). Establece que la comunicación debe promover la comunión y el progreso entre las personas. Jesús es el modelo perfecto de comunicador que se identificó con la humanidad para transmitir su mensaje, y los medios deben estar al servicio del bien común y de la verdad, respetando la dignidad humana y la libertad de expresión dentro de los límites de la honestidad.

Instrucción pastoral *Aetatis Novae* (1992). Este documento presenta las directrices de la Iglesia católica sobre las comunicaciones sociales. La Iglesia debe desarrollar sus propios medios de comunicación y formar comunicadores cristianos, a la vez que defiende el derecho a la información.

The Church and Internet (2002). Aborda la relación entre la Iglesia católica y el uso de internet, destacando su importancia como medio de comunicación en la era moderna. En este contexto, los medios de comunicación, incluido internet, son vistos como herramientas que pueden contribuir al bien común y al desarrollo humano, así como a la propagación del Reino de Dios.

Documento de Aparecida (2007). Subraya que la misión de la Iglesia es llevar el mensaje de Cristo a todos los rincones de la sociedad, utilizando las herramientas disponibles en la era digital. Reconoce que los medios de comunicación son fundamentales para alcanzar a las personas en el mundo moderno. La Iglesia debe aprovechar estos medios para difundir el mensaje del Evangelio, tal como se ha hecho a lo largo de la historia con otras formas de comunicación. La evangelización debe incluir un diálogo con la cultura contemporánea, entendiendo sus desafíos y oportunidades. Esto implica una adaptación del mensaje evangélico a las realidades actuales sin comprometer su esencia.

En este sentido, es importante hacer referencia a los mensajes en el marco de las Jornadas de la Comunicación, compartidas por los Sumos Pontífices, desde 1967 hasta la actualidad, y otros textos como los documentos conclusivos de las conferencias generales del episcopado latinoamericano: Documento de Medellín (1968), Documento de

Puebla (1979) y Documento de Santo Domingo (1992). En el caso de Venezuela, es propicio también referirse al Concilio Plenario de Venezuela.

Dimensión cristológica: Jesús como centro

Ante los riesgos de deshumanización en la comunicación que presuponen las nuevas formas de consumo actual y, por tanto, frente a la necesidad de presentar valores cristianos, resulta casi imperativo diseñar y realizar un servicio pastoral que alimente el corazón humano, con una mirada espiritual.

La comunicación a la que invita el papa Francisco está marcada por la esperanza y, para los cristianos, reza el documento, “la esperanza es una persona y es Cristo”⁵. Este tipo de comunicación, “está siempre ligada a un proyecto comunitario; cuando hablamos de esperanza cristiana, no podemos prescindir de una comunidad que vive el mensaje de Jesús de manera tan creíble que deja entrever la esperanza que conlleva, y es capaz de comunicar la esperanza de Cristo con hechos y palabras aún hoy”.

La misión, por tanto, en cualquier proyecto pastoral para la evangelización consiste en comunicar a Dios. Y hablar de Dios es, en primera instancia, hablar del amor. Dios se nombra con el mismo nombre del amor. Es sinónimo de gratuidad, de misericordia, de entrega, de servicio, de humildad y de perdón.

El método cristológico de la comunicación se centra así en la figura de Jesucristo como el Verbo encarnado, quien es la máxima revelación de Dios y el modelo de cómo los seres humanos deben comunicarse entre sí y con Dios. Este enfoque se fundamenta en la comprensión de

5 Papa Francisco, *Jornada Mundial para las Comunicaciones*, año 2025.

que la comunicación divina ha alcanzado su plenitud en la persona de Cristo, quien, a través de su vida, enseñanzas y sacramentos, establece un diálogo continuo entre Dios y la humanidad.

En este punto vale la pena detenernos a estudiar las palabras de Jesús como resultado de un diálogo. “El diálogo de Dios con el hombre, que es la revelación, alcanza en Jesucristo un punto tal que Dios se pone en la piel del hombre para acostumbrarse al hombre y así hacerse mejor entender”⁶.

La palabra de Dios ha tomado forma en un libro humano (la Biblia, cuya naturaleza podríamos decir es de una doble autoría: divino-humana. Viene de Dios y del autor humano). No obstante, en ella no se distingue la palabra de Dios de la palabra humana. Lo divino y lo humano no son dos magnitudes separables.

Dios se hace accesible y comprensible a través de la humanidad de Jesús. La comunicación de Dios se realiza no sólo a través de palabras, sino también a través de acciones y de relaciones humanas. La revelación se da a través del diálogo. Dios habla en lenguaje humano.

Cristo, al vivir entre los hombres, establece un modelo de comunicación que es relacional y personal, invitando a un diálogo auténtico y profundo. «Hoy miramos al modelo insuperable del anuncio: Jesús. El Evangelio del día de Navidad lo definía ‘Verbo de Dios’» (Jn 1,1). El hecho de que Él sea el Verbo, es decir, la Palabra, nos indica un aspecto esencial de Jesús: Él está siempre en relación, en salida, nunca aislado, siempre en relación; la palabra, de hecho, existe para ser transmitida, comunicada. Así es Jesús, Palabra eterna del Padre dirigida a nosotros, comunicada a nosotros”.

6 M. Gelabert, “Palabra de Dios. Palabra del hombre”, *Carthaginensia: Revista de Estudios e Investigación* (2011).

Podemos decir que Jesús es la autorrevelación de Dios. Es su palabra más explícita, aunque sigue siendo un misterio para todos nosotros.

En ese sentido, no se puede dejar de mencionar la doble dirección descendente y ascendente que estructura el diálogo de Cristo con el Padre en la última cena. Aquí Jesús se presenta ante los hombres como el “enviado” del Padre, y se presenta ante el Padre “en nombre de los hombres”.

Así, pues, dentro del método cristológico de la comunicación destacan varias formas de comunicarse con Dios: 1) la oración, como espacio para un diálogo personal que no sólo fortalece la relación con Dios, sino que también capacita a los cristianos para comunicarse de manera efectiva con los demás, guiados por el Espíritu Santo; 2) el testimonio, como testigos de la fe en nuestras vidas. Debemos asumir el compromiso de testimoniar el amor inmensurable de Dios hacia nosotros; de testimoniar la alegría de un Padre que nos ama, aun con nuestras limitaciones, carencias y pecados; 3) la Eucaristía, en la que abrimos el canal para dialogar con Dios. Este encuentro eucarístico no sólo es un acto de adoración, sino también un llamado a vivir en unidad y amor.

Ramas teológicas

Desde un punto de vista antropológico, hay que entender que en la comunicación pastoral el destinatario no es una persona en concreto, sino que se comunica a masas, aunque busquemos una comunicación personal que invite a vivir la experiencia de Dios.

En ese sentido, es importante mencionar a Juan Pablo II, cuando destaca que la palabra de Dios no se dirige a un solo pueblo y a una sola época: “Con su lenguaje histórico y circunscrito el hombre puede

expresar unas verdades que trascienden el fenómeno lingüístico. En efecto, la verdad jamás puede ser limitada por el tiempo y la cultura; se conoce en la historia, pero supera la historia misma”⁷.

Reflexionar sobre este tema no es fácil, porque se debe tener en cuenta seriamente el significado que adquieren las palabras en las diversas culturas y en épocas diferentes. “Por tanto, es de desear un esfuerzo particular para profundizar la relación entre lenguaje conceptual y verdad, para proponer vías adecuadas para su correcta comprensión”.

Vale la pena detenerse a comprender la importancia del comunicador como agente pastoral: tanto del profesional de la comunicación, al servicio de la Iglesia, como del colaborador que, sin tener experiencia ni formación en la comunicación, de forma genuina y desinteresada muestra el interés y la disposición de hacer llegar el mensaje de Jesús, con énfasis en los valores cristianos.

Ahora bien, vale la pena detenerse y preguntarse: ¿Qué se quiere comunicar? ¿Qué es la Buena Nueva? ¿Cómo se pueden comunicar de manera adecuada los valores cristianos? En ese sentido, el mensaje debe ser Jesús, independientemente del medio de comunicación en que lo haga. Se deben comunicar los valores del Evangelio que, siglos después, está y seguirá estando vigente.

“La labor teológica en la Iglesia está ante todo al servicio del anuncio de la fe y de la catequesis”⁸, señalaba Juan Pablo II, explicando que la enseñanza dada en la catequesis tiene un efecto formativo para la persona. “La catequesis, que es también comunicación lingüística, debe presentar la doctrina de la Iglesia en su integridad, mostrando

7 Juan Pablo II, Carta Encíclica *Fides et Ratio*, Roma, 1998.

8 Juan Pablo II, Carta Encíclica *Fides et Ratio*, Roma, 1998.

su relación con la vida de los creyentes. En efecto, lo que se comunica en la catequesis no es un conjunto de verdades conceptuales, sino el misterio del Dios vivo”.

Es decir, catequizando de forma creativa, con un lenguaje sencillo y cercano, se puede alcanzar una comunicación efectiva, unipersonal y posteriormente colectiva. Podríamos considerar que es la primera forma de comunicar el Evangelio. Una vez conocido, puedo comunicar a Dios al otro.

Tomando en consideración lo anteriormente expuesto, podemos decir que esta forma de comunicar a Jesús marca una forma de ser Iglesia. Y como la nuestra es una Iglesia en salida, también a través de la comunicación podemos generar proximidad, empatía, compasión y cercanía.

Nuestra presencia en las redes sociales se concentra generalmente en la difusión de información. En esta línea, la presentación de ideas, enseñanzas, pensamientos, reflexiones espirituales y similares en los medios sociales debe ser fiel a la tradición cristiana. Pero esto no es suficiente. Los cristianos deberíamos ser conocidos no sólo por nuestra capacidad para llegar a los demás con contenidos religiosos interesantes, sino también por nuestra disponibilidad para escuchar, para discernir antes de actuar, para tratar a todas las personas con respeto, para responder con una pregunta en vez de con un juicio, para permanecer en silencio en lugar de suscitar una controversia, siendo “diligentes para escuchar y tardos para hablar y para la ira (Sant 1, 19)”⁹.

Es decir, todo lo que hacemos, de palabra y de obra, debe llevar el signo del testimonio. No estamos presentes en las redes sociales para “vender un producto”. Esa no es la tarea ni el objetivo de una

9 Dicasterio para la Comunicación de la Santa Sede, *Hacia una plena presencia. Reflexión pastoral sobre la interacción en las Redes Sociales*, Roma, mayo 2023.

pastoral de la comunicación. No estamos haciendo publicidad, sino comunicando vida, la vida que se nos ha dado en Cristo. Por eso, todo cristiano debe procurar no hacer proselitismo, sino dar testimonio.

Tal como ocurre en la comunicación, y no necesariamente eclesial, es a través del testimonio y la apelación a las emociones como se logra conectar, hablando desde la vivencia, con naturalidad y verdad. Además, no se puede comunicar algo que no se conoce ni se ha experimentado, como puede ser, por ejemplo, el amor de Dios. Si no lo he vivido, no lo puedo colocar en palabras.

El atractivo de la fe alcanza a las personas allí donde están y tal como están. Sin imposición ni interés personales, más que anunciar la Buena Nueva. Jesús pasó de ser un desconocido carpintero de Nazaret a ganar rápidamente popularidad en toda la región de Galilea. Mirando con compasión a la gente, que era como un rebaño sin pastor, Jesús proclamó el Reino de Dios curando a los enfermos y enseñando a las multitudes. Para obtener el máximo “alcance”, a menudo hablaba a la muchedumbre desde una montaña o desde una barca. Para promover la “participación” de algunos de los suyos eligió a doce y a ellos les explicó todo. Pero luego, en la cúspide de su “éxito”, se retiraba inesperadamente en soledad con el Padre. Pidió a sus discípulos que hicieran lo mismo: cuando estos le relataron el éxito de sus misiones, los invitó a que fueran a un lugar apartado para descansar y rezar. Y cuando discutieron sobre quién de ellos era el más grande, les anunció su futuro sufrimiento en la cruz. Su objetivo -ellos lo comprenderían más tarde- no fue incrementar su público, sino revelar el amor del Padre para que las personas, todas las personas, tuvieran vida y la tuvieran en abundancia (Jn 10,10).

Siguiendo las huellas de Jesús, para nosotros debe ser una prioridad reservar un espacio suficiente para el diálogo personal con el Padre y para permanecer en sintonía con el Espíritu Santo.

Este es nuestro testimonio: hemos de atestiguar, con nuestras palabras y nuestras vidas, lo que Otro ha hecho. Así, y sólo así, podemos ser testigos -e incluso misioneros- de Cristo y de su Espíritu. Esto incluye también nuestra presencia en las redes sociales. La fe implica, sobre todo, dar testimonio de la alegría que nos dona el Señor.

Plan de acción. Líneas pastorales

Basados en el método del episcopado latinoamericano “ver, juzgar y actuar”, considero oportuno consolidar una comunicación eclesial planificada, clara, sencilla -que se centre en comunicar los valores del Evangelio-, pero que responda a la imperiosa necesidad de crear comunión entre los distintos agentes pastorales de la Iglesia local para dar testimonio de una Iglesia sinodal que trabaja de forma conjunta y no en “archipiélagos pastorales”, como mencionó recientemente el arzobispo de Caracas, monseñor Raúl Biord.

Considero necesario enfocarse en la formación, el diálogo y la participación de todos los agentes evangelizadores. Ante ello resaltan aspectos claves como son:

- Sistemas de comunicación eficientes entre el clero, los agentes de pastoral, vida religiosa, laicos, trabajadores y voluntarios.
- Talleres de formación en comunicación eclesial para el clero, religiosas, seglares y voluntarios.
- Participación de los fieles en la vida arquidiocesana.
- Difusión de encíclicas y textos papales.

Dentro de las líneas pastorales, propongo un esquema que se organice de la siguiente manera, teniendo como ejes centrales el Evangelio, la cobertura periodística, el eco de una oficina de prensa, el patrimonio de la diócesis o arquidiócesis a tratar y la formación de agentes:

Evangelio	Mensaje dominical del arzobispo de Caracas Responsable: José Alejo Benítez	Reflexión semanal del párroco (por tiempo litúrgico)	Causas de Santidad. (Revisar listado) Santoral	Testimonios de vida (sacerdotes, religiosos, laicos...)	Temas de formación cristiana: Qué es la confesión. Curiosidades de La Biblia, entre otros...
Cobertura periódica	Solemnidades Fiestas patronales Ordenaciones sacerdotales.	Tomas de posesión Eventos aniversarios Misiones	Noticiero Pastoral	Entrevistas de largo aliento	Propuestas de: -Revista Digital -Boletín electrónico -Anuario
Oficina de prensa	Documentos promulgados por el arzobispo o la Conferencia Episcopal Venezolana	Nombramientos eclesiales Desarrollo web	Comunicados oficiales ronunciamientos Manejo de crisis	Ruedas de prensa	Giras de medios Alianzas con otros medios e instituciones
Patrimonio	Historia de la parroquia	Exposiciones en Museo Sacro	Historia de imágenes más antiguas de la Arquidiócesis de Caracas	Curiosidades	Rutas de las Iglesias
Formación de agentes	Arciprestes Agentes comunicacionales Religiosos y religiosos Laicos	Pastoral de la Comunicación: Marketing eclesial Fotografía Inteligencia Artificial	II Encuentro de Pastoral de la Comunicación	Consolidar la comunión entre los agentes de comunicación pastoral	

De igual forma, detallo una serie de acciones que se pueden realizar para consolidar una pastoral de la comunicación.

En cuanto a organización y planificación:

- Crear un directorio de agentes parroquiales e incorporar al agente comunicacional.
- Levantar bases de datos con las potencialidades de cada agente comunicacional.
- Involucrar a los delegados con el equipo de prensa de la arquidiócesis o diócesis.
- Organizar encuentros de integración en cada arciprestazgo.
- Propiciar la formación comunicacional de los agentes junto a los sacerdotes.

En RRSS:

- Diversificar los contenidos para cada una de las redes, definiendo el objetivo de cada una de ellas.
- Difundir la historia de cada parroquia.
- Compartir la reflexión semanal del párroco en la red correspondiente.
- Amplificar la publicación de documentos oficiales: del Vaticano, de, encíclicas/sinodalidad, de la Conferencia episcopal, entre otros.
- Compartir la experiencia de Dios en nuestras vidas. Hablar desde el testimonio.

- Ampliar las redes de información con la incorporación de nuevas herramientas.
- Retomar medios tradicionales como la radio (parroquial o privada), trípticos, folletos y carteleras informativas, a fin de garantizar que la comunicación llegue a las comunidades más remotas.
- Utilizar un lenguaje inclusivo y empático, aproximándose al otro que piensa distinto a mí, con respeto y fundamento.

En cuanto a recursos:

- Optimizar los recursos con los que previamente se cuenta, bien sean de baja, mediana o alta gama.
- Invertir, en la medida de las posibilidades, en equipos que garanticen buen audio y video, y, por tanto, una efectiva comunicación dentro del entorno eclesial.
- Velar por la optimización del internet en las parroquias.
- Valorar el talento humano con el que se cuenta.
- Reconocer las virtudes y capacidades de cada uno de los agentes evangelizadores.

En cuanto al espíritu:

- Leer la Biblia y estudiar qué nos quiere decir Dios en el tiempo actual. Dejarnos interpelar por el Espíritu Santo.
- Dialogar con Dios y encomendar la misión evangelizadora.

- Pedir la intercesión del Espíritu Santo para que nos otorgue el don del conocimiento, de la sabiduría, del discernimiento y del entendimiento.
- Reconocer las limitantes y actuar con los recursos que se tiene. Preguntarse: ¿Cómo puedo cambiar esta realidad? ¿Qué puedo hacer yo como cristiano?

En conclusión, el papel de un comunicador cristiano en la difusión de la fe y los valores cristianos es fundamental en el contexto contemporáneo, donde los medios de comunicación y las RRSS juegan un papel crucial en la formación de la opinión pública y en la transmisión de valores.

Los comunicadores cristianos tienen la responsabilidad de ser portadores del mensaje del Evangelio. Esto implica no sólo la transmisión de información, sino también el testimonio personal de la fe. Este testimonio auténtico es esencial para que el mensaje cristiano resuene en la sociedad contemporánea.

Los comunicadores deben esforzarse por promover los valores cristianos en todos los aspectos de la vida social y cultural. Esto incluye la defensa de la dignidad humana, la justicia social y la solidaridad con los más necesitados. Así, el comunicador se convierte en un agente de cambio, utilizando su plataforma para abogar por la justicia y la paz.

En este año, declarado Año Jubilar por el Papa Francisco, y además en el que se dará la canonización de los dos primeros santos venezolanos, la tarea más importante es comunicar la Esperanza y compartir la Alegría de seguir a Dios, fuente inagotable de sabor y fortaleza.