

EL DIÁLOGO ACADÉMICO EN LAS UNIVERSIDADES DE IDENTIDAD CRISTIANA: SOLUCIONES TÁCTICAS Y BÚSQUEDA DE UNA SALIDA ESTRATÉGICA¹

Luciano H. Elizalde²

RESUMEN: El propósito del trabajo es realizar un análisis de la relación entre la identidad cristiana de las universidades y el diálogo académico en el que estas participan desde una perspectiva de la comunicación estratégica. El planteamiento parte de pensar que si se es coherente con la identidad cristiana y al mismo tiempo, se está comprometido con los resultados del diálogo académico, entonces, es necesario pensar y realizar la comunicación desde la perspectiva de una participación abierta al diálogo y al encuentro con el otro. Esto requiere una verbalización o “traducción” de los valores y de las posiciones tomadas que permitan la continuidad del diálogo y de la conversación manteniendo con claridad los principios, los atributos y los valores de la identidad. En este sentido, el desafío del diálogo académico en el que se deben involucrar las universidades de identidad cristiana se puede definir como el equilibrio sensible entre reforzar los valores fundamentales que definen esa identidad, pero “entrando” y actuando en la comunicación de tal manera que permita la continuidad de la conversación.

PALABRAS CLAVE: identidad, diálogo académico, comunicación estratégica, participación, conversación.

¹ Texto de la conferencia dictada por el autor en la *V Jornada sobre la Identidad de la Universidad: El diálogo universitario*, organizada por la Universidad de Navarra, el 17 de mayo de 2018.

² Profesor Titular de la Facultad de Comunicación, Universidad Austral, Argentina. Email: lelizalde@austral.edu.ar

1. Introducción

Mi reflexión estará organizada en tres partes. Primero, definiré desde una perspectiva sociológica qué entiendo específicamente por “identidad cristiana”, qué alcance le daré al concepto en esta misma reflexión, y qué comprende para mí en la actualidad el término “diálogo académico”, sobre todo en nuestra experiencia en la Argentina y en América Latina. No solo es dificultoso definir con claridad sociológica qué es la “identidad cristiana” sino además, pensar en cómo desde esa definición establecer un “diálogo académico”.

En segundo lugar, esbozaré un recorrido o camino estratégico para lograr tener cierto éxito (o por lo menos no fracasar de plano) en el intento de realizar un “diálogo académico” cuando uno es cristiano, es decir, se presenta en sociedad con “identidad cristiana”.

Finalmente, esbozaré dos conclusiones que enmarcan el problema dentro de una filosofía política de la comunicación, marco que permite envolver a ambas cuestiones (al “diálogo académico” y a la “identidad cristiana”) en un pensamiento más amplio y trascendente.

2. “Identidad cristiana” y “diálogo académico”: su relación y sus problemas

Hay tres problemas que debemos comprender para luego plantear una solución estratégica que podamos aplicar y explorar para saber qué podemos aprender y cómo mejorar nuestras apariciones.

Por un lado, el problema del “diálogo académico” (DA) tanto en una conversación directa (en una clase o conferencia presencial) o indirecta (por medio de textos periodísticos, de *blogs*, de *sitios Web*, de escritos, fotografías o videos en *Facebook*, etcétera) como en la participación en reuniones, jornadas o encuentros con académicos y con personas externas al ámbito académico. Aquí nos encontramos con los problemas de diferencia de criterios, de jerga, de perspectivas, de plazos y de tiempos para decir algo o para concluir sobre algo, sobre la base de una metodología de análisis y de exposición filosófica y/o científica.

El segundo problema es el de la identidad cristiana (IC). Hay muchísimo investigado al respecto y me valdré de algunas de estas investigaciones para plantear el problema que tenemos las universidades de IC para aparecer en el escenario público actual.

En tercer lugar, el problema más importante surge de la relación entre “diálogo académico” e “identidad cristiana”. No quiero decir con esto que no hay suficientes problemas en el mismo DA o con la propia IC, pero el problema es mayor cuando vinculamos ambos:

- ¿Cómo aparecer en el espacio público con una IC y en un DA?
- ¿Cuáles son los límites que la expresión académica pone a la identidad cristiana? ¿y qué límites encontramos para el DA en nuestra IC?

Estas son las preguntas que trataré de responder a lo largo de una propuesta que tiene seis puntos para llegar a resolver las tensiones que surgen en la relación entre DA e IC.

3. ¿Qué significa “diálogo académico”?

La universidad tiene aún suficiente reputación como para establecer un diálogo genuino con actores externos a ella, además del diálogo entre organizaciones y personas que pueden ser calificadas de “académicas”.

La investigación realizada en el mundo por la consultora Edelman en 2016³ muestra que la confianza de la ciudadanía en los representantes de las instituciones académicas se mantiene en valores relevantes. En la Argentina, el “académico” aparece en segundo lugar (con 81 puntos de confianza) entre aquellos que la gente considera que debe confiar (en primer lugar se encontraba el “experto” con 84 puntos). Pero en tercer lugar, se encuentra “alguien como yo” (con 80 puntos de confianza, 1 punto de diferencia del académico). Esto significa que la confianza, y la credibilidad, dependen más de una percepción de la intención, de la moralidad de la actitud, que del hecho de contar con más conocimiento técnico, científico o filosófico.

En el DA tenemos varios interlocutores:

- Universidades con identidades seculares.
- Universidades con identidades religiosas no cristianas.
- Otras universidades de IC.
- Consumidores del producto universitario que se ponen en una relación de igualdad con la universidad (periodistas, políticos, empresas, etcétera).
- Consumidores del producto universitario que se ponen en una relación subordinada con la universidad (alumnos, familias de los alumnos, legos en general, etc.).
- Con alumnos, estudiantes, profesores e investigadores.

En el diálogo dentro de la universidad tenemos quienes hacen hincapié en el atributo “universitario” o en el atributo “cristiano”. En este sentido hemos sido siempre conscientes de que tenemos una responsabilidad como institución universitaria, como organización que produce docencia, reflexión filosófica e investigación científica de calidad, o sería, en el sentido de que ha adquirido y desarrollado los procedimientos y metodologías para conseguir buenos resultados de los tres “productos”. Este procedimiento nos ha llevado a ser respetados dentro del ámbito de la docencia y la investigación universitaria. Y ha tenido buen impacto sobre los actores no universitarios.

Tenemos el diálogo con “consumidores” de la universidad que toman dos ubicaciones: en igualdad o “sobre” la universidad y quienes se colocan debajo de la universidad. En el primer diálogo, nos encontramos con quienes se acercan a la universidad porque creen que esta puede aportarles algo diferente a sus puntos de vista. Desde periodistas hasta funcionarios de gobierno pasando por gerentes o directivos de compañías, demandan conocimiento especializado y valoran el aporte de la universidad, pero la “tratan” de “igual-a-igual”.

³ 2016 Edelman Trust Barometer, Global Report, Annual Global Study, 2016, p. 12. Q130-587, <https://es.slideshare.net/paulaherreros1/edelman-trust-barometer-2016-argentina>

El segundo tipo de diálogo es con los que llegan a la universidad con una actitud de “falta” o de “ausencia” y buscan en ella la “titulación” o el “conocimiento técnico”. Tampoco es posible que con ellos el diálogo se realice en “ubicaciones” preponderantes o privilegiadas entre expertos y legos. Parte del reconocimiento del lego es la actitud de “igualdad-ante-la-diferencia” del experto ante los temas.

La universidad experta debe ser consciente del sentido de humildad que se necesita poner en el diálogo en estos momentos. Ya no hay lugar para una actitud de superioridad basada en la evidencia científica o en el conocimiento filosófico. No solo que es moralmente malo el hecho de ejercer un desprecio hacia alguien, sino que tampoco funciona dentro de los actuales patrones de relacionamiento e interacción social en sociedades con altísima conciencia sobre la cultura democrática en la que viven.

Por otro lado, dentro de los contextos de diálogo con el lego, este no reconoce los parámetros metodológicos de la ciencia; al no saber realmente cuáles son las condiciones lógicas y metodológicas de la ciencia, se hace muy difícil el proceso de divulgación serio y permanente. La divulgación puede llegar a ser una de las funciones más relevantes de la universidad en este contexto de reproducción y acceso masivo al conocimiento, pero también de su desvalorización.

Más que nunca, dentro de la universidad, necesitamos modelos de conversación, de diálogo y de comunicación amplios. El patrón que deberíamos seguir para tener un diálogo continuo debería orientarse a la “especialización para ayudar”. Pienso en muchos especialistas modernos que han hecho hincapié en esta cuestión: John Dewey, Martin Buber, Jürgen Habermas, Inmanuel Levinas, Karol Wojtyla, Carl Roger, Michael Tomasello. Gran parte del Concilio Vaticano II hasta los escritos de Karol Wojtyla se enfocan en la cuestión del diálogo⁴.

En definitiva, deberíamos poner de manifiesto y conectar una de las características más importantes de la IC: la relevancia de la persona y la perspectiva personalista como marco para el diálogo: el otro es una persona. Este debería ser el punto de partida y de llegada para el DA desde la perspectiva de una universidad de IC. El problema que debemos trabajar es cómo producir el diálogo cuidando a las personas sin perder la libertad de expresión, es decir, el mecanismo que permite avanzar en el conocimiento, no solo individual sino colectivo.

4. ¿Qué significa “identidad cristiana” (IC) en nuestro contexto?

La IC significa que nuestro trabajo diario está sustentado en una antropología filosófica, en una concepción de la humanidad y de la vida, de la historia de la humanidad, que está definida por el impacto del nacimiento y de la vida de Jesús transformado en Cristo. Sobre la base de este principio generalísimo, encontramos muchas formas de universidades con IC: las que dependen de organizaciones privadas, las que dependen de la Iglesia católica o de otras Iglesias cristianas.

Los aspectos que se transforman en atributos de la IC en la actualidad en la Argentina son los siguientes:

- o **La política, Estado e Iglesia:** los Obispos cobran un sueldo del Estado argentino y esto es muy difícil de explicar o de justificar, incluso aunque tenga una justificación.

⁴ Cfr. Juan Luis Lorda, *Antropología. Del Concilio Vaticano II a Juan Pablo II* (Madrid: Ediciones Palabra, 1996).

- ***La vida pública del cristiano:*** la vida pública del cristiano no es demasiado relevante o evidente. El cristiano más relevante de la Argentina (el Papa Francisco) es definido continuamente como “un cuadro político”.
- ***Ciencia, filosofía y religión:*** lo más difícil de esto es lograr hacer ciencia con una filosofía basada en una concepción teológica cristiana. Sin embargo, tenemos muchos profesores e investigadores que lo logran.
- ***Matrimonio igualitario y grupos de género:*** discusión muy delicada y compleja; no tiene una solución cercana desde la perspectiva del escenario público.
- ***Escándalos en la Iglesia:*** para los católicos, estos hechos son muy negativos para aumentar nuestra legitimidad y tener capacidad de “voz” clara y fuerte en el escenario público.
- ***Aborto:*** la discusión y el debate públicos sobre el aborto, se ha transformado, por lo menos en América Latina y en la Argentina, en la discusión sobre las penurias que sufren las mujeres que quieren abortar, abandonando por completo la discusión y la reflexión profunda acerca de los necesarios cuidados hacia la vida humana, y hacia cualquier otra forma de vida.
- ***Pobreza y élite eclesial:*** por último, la contradicción visible entre pobreza y la comodidad de cierta parte de la élite eclesiástica también es un problema para mantener la identidad cristiana y el establecimiento de todo tipo de diálogo.

A lo largo de las últimas décadas, se ha modificado la percepción pública y la reputación del “católico”, del cristiano y del creyente. Casi se ha descartado y se rechaza el “argumento Dios” de las discusiones público-políticas. Es lo que está pasando en estos momentos en el debate sobre la continuidad o no de la penalización del aborto en la Argentina. No “hay permiso” para usar el “argumento Dios” o la “lógica sobrenatural” para dialogar en el escenario público cultural y político.

5. En síntesis: dos problemas de comunicación estratégica y un interrogante

El DA no es solo entre personas, grupos y organizaciones académicas⁵. Debería incluir a otros que no son parte de instituciones académicas. Y una vez que se deja el sector académico, entonces, se abandona un código social que permite la comprensión y la comunicación: la ciencia y la filosofía, sus historias, sus referentes y metodologías. Y se entra al escenario público general con menos recursos o dispositivos de comunicación en común con jugadores externos al ámbito académico.

Por otro lado, nuestra IC no es una desventaja para el DA pero tampoco una ventaja para mejorar este diálogo. Podría decirse que estamos empatados en estos momentos, aunque insertos en un contexto cultural complejo, en el que somos una minoría contracultural. No una minoría en el sentido cuantitativo, pero sí una minoría en relación con las formas generalizadas del discurso público, sus lugares comunes aceptados, su lógica implícita.

⁵ Hablaré de “jugadores” para sintetizar a personas, grupos sociales y organizaciones con capacidad de decisión y de acción unificada, es decir, como entidades que tienen funciones de “agencia” y de “actor”.

Ante estas dos condiciones de partida (diálogo en la complejidad e identidad difuminada) surge entonces la pregunta acerca de cómo hacemos para “participar” en el diálogo público en un escenario diverso y de qué manera diseñar, expresar, conservar y proyectar una identidad cristiana de la universidad en este diálogo, no solo a corto sino también a largo plazo.

El problema, además, se profundiza alimentado por el autoengaño⁶ o la inconsciencia resultado de una posición cultural preponderante. Durante mucho tiempo, en nuestros países, era socialmente fácil ser católico. Más que costos, tenía ganancias sociales evidentes. Sin embargo, esto ha dejado de ser así. Ser católico o cristiano implica un esfuerzo diario de ejercicio mental e interactivo que nos lleva a tomar conciencia de nuestra identidad. Si bien el plazo en el que se realizó el traslado de las condiciones ha sido suficiente para captar sus efectos, no siempre lo es tanto como para establecer acuerdos internos y planear un modo de aparecer en la escena pública de manera unificada. Aquí es donde el autoengaño que investiga Robert Trivers se transforma en el impedimento para cambiar de estado de conciencia, de actitud y de comportamiento.

Esto sucede también muchas veces en la universidad, en cada contacto comunicativo que la institución o uno de sus miembros tiene con “otro” de la universidad, de su periferia o del “espacio exterior” a ella. Por eso la doble pregunta sobre cómo participar en la *conversación* y de qué manera *mantener nuestra identidad* cobra especial sentido ya que no solo es un dilema estratégico, sino también una pregunta que nos debe “despertar” y sacar de la antigua imagen de ser el centro cultural del mundo en que vivimos. La doble pregunta se debe hacer para poner en funcionamiento todo el proceso de una estrategia: desde la decisión misma de hacerla y buscar los acuerdos internos necesarios, hasta los aspectos operativos, tácticos y técnicos necesarios para tener cierto éxito.

Trataré de responder a la pregunta usando seis puntos clave para una estrategia de comunicación.

6. Nuestra forma de acercarnos al “diálogo desde la identidad cristiana”

Nuestro problema es cómo dialogar sin traicionar nuestra identidad. No es solo cómo mantener nuestra identidad porque esto sería relativamente fácil si no necesitásemos entrar en contacto con “otros” diferentes de identidades alternativas.

Participar en el DA con IC implica necesitar de una estrategia de participación y de conservación o cuidado. Esta doble estrategia debería tener en cuenta seis pasos o puntos críticos en los que es necesario pensar para cumplirla.

a) Acceder “a” y participar “en” los espacios de la conversación: la imposibilidad de la comunicación individualista

¿Cuáles son las premisas mayores desde las cuales se piensa la identidad cristiana de una universidad? El DA abre dos cuestiones a plantearse. Por un lado, cómo hacer para entrar en un “diálogo” en el contexto de un proceso cultural de descristianización de las clases intelectuales, aunque dentro de una sociedad post-secular, es decir, de una sociedad que duda también de la razón humana y acepta prácticas espirituales y religiosas, cristianas, pre-cristianas y cuasi-cristianas. La IC es conseguida no solo

⁶ Cfr. Robert Trivers, *La insensatez de los necios. La lógica del engaño y el autoengaño en la vida humana* (Buenos Aires: Katz Editores, 2013 [2011]).

desde la perspectiva individual o interna. La identidad es el resultado de cómo nos vemos a partir de cómo nos ven. Debemos producir un mensaje claro de lo que significa ser cristiano en función de lo que significa ser budista o evangelista. El otro problema es qué digo una vez que estoy en el proceso de participación. Antes de “decir algo” debo comprender cuáles son los sistemas conceptuales de los otros, qué sistemas semióticos expresan estos sistemas conceptuales, cuáles son las formas retóricas que mejor expresarán nuestra identidad para seguir en el diálogo; incluso, debo preguntarme: ¿estamos de acuerdo con lo que creemos que somos? Esto me preocupa porque es lo que define con contundencia el mensaje en el que también está implicada la IC.

Entendemos la comunicación como un proceso de participación orientado a conseguir que el otro interprete los hechos de un modo similar al que creemos que es justo, verdadero, necesario, etcétera. Nuestro problema es en este sentido más importante. Salimos de un escenario en el que ya estábamos participando en una comunicación pública relevante como cristianos y como universitarios, para pasar a un escenario en el que somos menos relevantes que en el pasado dentro de la discusión pública. Y puede aparecer la tentación de hacernos relevantes por medio de acciones de tono espectacular. Participar en espacios de comunicación es la principal meta del diálogo universitario. Mientras que mantener la identidad dentro de la conversación sería el principal fin estratégico. No es posible conseguir la identidad sin participar adecuadamente en una conversación que es cada vez más difícil cuando uno tiene valores tradicionales y lenguaje específico.

Para acceder a los espacios de conversación es necesario dar indicios de saber el funcionamiento de las reglas de la conversación. Pero al mismo tiempo, hay que tener cuidado de no caer en la trampa de dar y de ser el “espectáculo” del fanático delante del racional y del equilibrado, del abierto y del mesurado. Encontrar los caminos de participación, implica encontrar las “palabras” y los “gestos” adecuados para ser aceptados en la conversación. No implica cambiar el contenido de lo que decimos, sino decirlo de un modo que nos dé la posibilidad de seguir en la conversación sin cambiar de identidad. Si nos sacan, si no nos aceptan, es imposible impactar e influir en el sistema conceptual de la cultura actual, en las representaciones públicas y mentales que dominan la cultura.

b) Partir de la pauta de relacionamiento con los “otros” y “entre-nosotros”.

El segundo punto es definir una política de comunicación, una premisa general, que sea coherente con el diálogo y con la identidad. Entrar en un espacio de comunicación implica primero saber cuáles son las pautas de relacionamiento que mantenemos con otros actores sociales. Las pautas de relacionamiento ya no tienen en común el ritual cristiano, ya no tienen en común el conocimiento de la ceremonia y de la estética católica. El alejamiento estético de quienes no comprenden o rechazan la identidad cristiana como algo valioso, hace más difícil el acercamiento y el posicionamiento como resultados de la comunicación.

Las pautas de relacionamiento dejan a las personas con esquemas que no siempre se vuelven conscientes. Son las pautas de relacionamiento que tienen los demás, los que no tienen nuestra identidad colectiva, con su propio mundo. Esto implica que debemos conocer estas pautas. Gregory Bateson⁷ dice: “la pauta que relaciona”. En la pauta de relación aparece un problema aparentemente menor: la expresión estética de nuestra

⁷ Cfr. Gregory Bateson, *Pasos hacia una ecología de la mente. Una aproximación revolucionaria a la auto-comprensión del hombre* (Buenos Aires: Editorial Planeta-Carlos Lohle, 1991 [1972]).

manera de aparecer. La estética de nuestra comunicación es parte de nuestro relacionamiento. Necesitamos ser “normales”, pero distintos. Necesitamos que nuestra estética atraiga, sin traicionar nuestra identidad. La “pauta que relaciona” es aquella premisa resultado de las interacciones a las que estamos habituados y de las que somos inconscientes. Romper la pauta puede producir “atención” pero difícilmente nos permite continuar en una conversación, ya que ella requiere de esta pauta de relacionamiento.

En estos momentos, la “pauta que relaciona” está alejada de los absolutos; por lo tanto, es muy difícil contar con una estrategia de diálogo y de proyección de una identidad si usamos la dicotomía del “bien absoluto” versus el “mal absoluto”. Esta dialéctica no nos ha permitido ganar sino al contrario, nos ha llevado a perder espacios culturales. Richard Bernstein⁸ en el contexto de la discusión por entrar o no en la guerra en los Estados Unidos, nos presenta la opción del “falibilismo”⁹: es decir, una fórmula para presentarnos delante de los demás, no con hiper-seguridades sino con valores y con premisas generales basadas en valores, pero que pueden revisarse y ponerse en discusión. Que deben ponerse en discusión no con intención científica o filosófica de llegar a la verdad. En realidad, deben pasar por los espacios y procesos de discusión porque solo en ellos es posible que dejemos una “semilla semántica”. Nuestra hiper-seguridad se nos puede volver en contra cerrando espacios de conversación. Deberíamos permitirnos que otros duden de nuestros valores para lograr la conversación previa a la situación de que “prenda la semilla semántica que queremos sembrar”. Si no podemos hablar de todo, es que no tenemos muy clara cuál es nuestra identidad o sentimos temor de perderla.

c) Comprender las reglas que marcan las pautas de acción público-privada.

Una de las pautas relevantes del diálogo es aquella que diferencia lo público de lo privado, central en la comunicación. El nuevo sistema mediático en recomposición permanente a partir de la introducción constante de tecnologías de la información, el conocimiento, la “presentación” y la “representación”, entre otros efectos, ha corrido la frontera que la televisión había establecido entre lo público y lo privado. Debemos considerar esto antes de entrar a la conversación para entrar en esto de otra manera.

Un indicador de este cambio de las pautas entre lo público y lo privado es el cambio de valores sociales. Aunque muchos de estos valores están en discusión y no se han transformado recientemente, los temas que surgen entre los constitucionalistas de la generación actual en la Argentina, marcan un corrimiento de aquellos derechos que eran comunes y aceptados en la sociedad hace unos años. Los derechos que están “moviéndose” en las cabezas de los expertos son los siguientes¹⁰:

- Nuevos criterios de igualdad.

⁸ Cfr. Richard Berstein, *El abuso del mal. La corrupción de la política y la religión desde el 11/9* (Buenos Aires: Editorial Katz, 2006).

⁹ El “falibilismo” es la concepción epistemológica que se asocia con Charles Sanders Peirce, pero que puede ser generalizada al principio o criterio cognoscitivo de creer que el conocimiento es falible, modificable a partir de pruebas o de argumentos que modifiquen la postura original. En el escenario público de una democracia, este principio es central para el diálogo y la discusión, no solo para llegar a conocer la verdad sino también para mejorar el diálogo en sí mismo, es decir, como criterio no de búsqueda de la verdad sino de intercambio e interacción comunicativa.

¹⁰ Cfr. Roberto Gargarella, coord., *La Constitución 2020. 48 propuestas para una sociedad igualitaria* (Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011).

- Nuevos derechos de familia y reproducción, fertilización *in vitro* y aborto.
- Derechos para los pobres urbanos.
- Derechos de alimentación.
- Derechos de los inmigrantes.
- Replanteamiento a la propiedad privada.
- Nuevos derechos para los pueblos originarios.
- Nuevos derechos previsionales y de seguridad social.
- Derechos ambientales.
- Nuevos derechos de libertad de expresión.

Los “medios” impactan en las situaciones y son las nuevas situaciones las que marcan las nuevas fronteras entre lo público y privado. Los nuevos medios de comunicación han permitido transformar a todos en emisores y en productores y promotores de los contenidos que cada uno puede hacer públicos. Quien no tiene otra cosa que mostrar en la red, muestra su vida. Y esto lleva a que todo sea considerado digno de ser mostrado. Otra vez más en la historia, se ha corrido la frontera que diferencia entre lo público y lo privado. La Modernidad fue la que tuvo el impacto más fuerte en esta división, que no pudo terminar de cambiar la cultura postmoderna nunca bien asentada. Pero la nueva cultura de los medios de “informalización”¹¹ lo ha logrado, por lo menos, por ahora.

Esto significa que tenemos más cantidad y variedad de acontecimientos expuestos para que todos los percibamos. Esto modifica lo que creemos que debemos mostrar y no mostrar, lo relevante y lo irrelevante. El desparpajo y la privacidad mostrada de manera espontánea y continua, nos debería llevar a plantearnos la manera de participar en la conversación universitaria.

d) Definir situaciones de aparición que sean compatibles con nuestra identidad

Las tecnologías de la comunicación inauguran nuevas situaciones sociales. Elegir las situaciones de aparición es lo más conveniente. Aunque algunas veces no las elegimos, estamos en ellas. Las nuevas situaciones agregan a las “viejas” la tensión del peligro que debemos considerar. Sobre todo cuando parte de nuestra identidad es expresado en un “estilo”. Un estilo es un “programa expresivo” (PE). Si nos salimos del PE corremos peligro de que no se sepa quiénes somos realmente. Las situaciones actuales de la conversación universitaria son todas “públicas” (o potencialmente públicas). Desaparecieron las situaciones privadas. Todas las situaciones de encuentro y diálogo son potencialmente públicas. ¿Cómo se actúa en una situación pública? Para que no exista una escisión entre las situaciones públicas y las privadas, hay que fortalecer el sentido y la estrategia de la identidad. Y para hacerlo es necesario pensar de qué manera

¹¹ Cfr. Scott Lash, *Crítica de la información* (Buenos Aires: Amorrortu editores, 2005 [2002]).

dialogar o conversar en cuanto que la identidad es el resultado no solo de nuestra conciencia sobre nosotros mismos, sino de lo que los demás dicen sobre nosotros.

Las situaciones de posible aparición deben ser bien analizadas, pero deberíamos animarnos a entrar en situaciones diferentes. No podemos vivir encerrados. Y nos encerramos en la medida en que pensamos que está en peligro nuestra identidad; esto hace que no encontremos la manera de participar en la conversación pública.

e) Desarrollar mensajes/textos que sean aceptados y reproducibles, pero sabiendo que serán transformados.

Estamos convencidos de que debemos expresar nuestra identidad en cada uno de los textos que producimos y hacemos circular en una conversación. En los textos escritos, visuales y audiovisuales, pero también en los textos “orales” que usamos en cada oportunidad de comunicación. Las clases, las conversaciones con alumnos y con los colaboradores deben ser la expresión de la identidad cristiana. Pero los textos funcionan mediante el doble mecanismo de copia y transformación¹². Ningún texto puede ser un “meme” exacto cuando se reproduce. Siempre será modificado, con o sin intención. Debemos partir del supuesto de que los textos quedan atrapados en el mecanismo de reproducción de la “epidemia cultural”¹³. La reproducción (copia-transformación) es realizada según criterios de economía cognitiva y de relevancia, que además, impone copias y cambios al texto original. Esto no nos debería preocupar en exceso. Nos debería ocupar y concentrar en cómo mejorar el diseño de nuestros mensajes en los textos, con el objetivo de que sean aceptados en la participación de la comunicación y que tengan las “semillas semánticas” de nuestra identidad. Debemos saber que cada texto que colocamos en el sistema de distribución del escenario público, originará otros con fallas, errores y cambios originados por malas intenciones. Si el texto es “exitoso” (si se reproduce muchas veces), entonces, además de muchas copias fieles, también habrá muchas reproducciones ambiguas e inexactas. Este es el precio por el diálogo y la conversación para proyectar nuestra identidad. Entonces, es importante saber que los problemas de comunicación comienzan en cuanto entramos en cualquier conversación pero que debemos seguir participando si queremos mejorar a largo plazo la proyección y la consolidación de nuestra identidad.

f) Buscar formas de posicionamiento adecuadas.

Las posiciones discursivas que resultan de la articulación de derechos y de obligaciones en el marco de una narrativa específica, deberían ser buscadas conscientemente y de manera estratégica para salirnos del problema del “mal absoluto” o del “bien absoluto”. Y son los textos (escritos y verbales) los dispositivos que permiten el “posicionamiento” en la medida en que se sustentan en argumentos basados en derechos y en obligaciones que tenemos y que otros tienen. Esto nos coloca de nuevo en el problema de las diferencias entre lo público y lo privado. La palabra “posicionamiento” la uso en el sentido de la actual psicología del discurso de Rom Harré¹⁴: en cada situación debemos buscar una “posición discursiva” basada en

¹² Cfr. Iuri M. Lotman, *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto. I* (Valencia: Cátedra-Universidad de Valencia, 1996).

¹³ Cfr. Dan Sperber, *Explicar la cultura. Un enfoque naturalista* (Madrid: Ediciones Morata, 2005).

¹⁴ Cfr. Rom Harré y Bronwyn Davies. “Posicionamiento: la producción discurso de la identidad”, *Athenea Digital* 12 (2007): 242-259.

argumentos, en derechos y en obligaciones; con quien interactuamos y quienes nos observan también buscan posiciones y/o nos “colocan” en una posición. La posición es la expresión concreta y articulada de derechos y de obligaciones que nos condicionan y que elegimos para actuar y hablar en cierto momento de una situación.

La *posición de una identidad* cristiana es el derecho de profesar nuestra fe; el derecho de expresarnos en el escenario público, pero nuestra obligación es hacerlo sin ofender a nadie, sin presentar el “mal y el bien absolutos”. El mejor *posicionamiento para el diálogo académico* es nuestra obligación de conocer los paradigmas científicos actuales y de discutir racionalmente y con evidencias acerca de qué es lo que sucede en el mundo humano y en el Planeta. Sin embargo, el posicionamiento cristiano debería estar basado en el mensaje más importante y revolucionario de la historia: el amor al prójimo, la atención y el cuidado a la persona que es el otro. Estos contenidos argumentales funcionan como una obligación o deber de cristiano pero también como un derecho cuando alguien quiere avasallarnos. Nuestra posición delante de los temas que definen nuestra identidad (aborto, pobreza, verdad, violencia, libertad de expresión, de reunión, etcétera) debería ser la de “abrazar” al otro en su problema, en lugar de juzgarlo y decirle que está errando el camino.

7. Conclusiones: nuestro desafío es cómo conseguir dialogar sin perder nuestra identidad a largo plazo

No participar en el diálogo académico es cómodo y sobre todo, poco arriesgado; participar en el diálogo implica un gran esfuerzo personal, grupal e institucional en tanto nos lleva a desarrollar “posturas” que promuevan el debate, la confrontación y la crítica. Y en muchas ocasiones hemos utilizado un pensamiento cortoplacista para decidir cómo aparecer y con qué tipo de mensaje.

Nuestro problema estratégico no solo es de corto plazo, sino más bien al contrario, es de largo alcance. Y no lo hemos sabido resolver del todo bien. Esto está bastante evidenciado en la evolución cultural que ha ido formando nuestro “mundo”. Venimos perdiendo “espacios culturales” desde hace tres siglos con el inicio de la Modernidad. La cultura actual se va transformando poco a poco en una realidad con menos componentes evidentes de identidad cristiana. Como dice René Girard:

Entre la Biblia y la mitología, no titubeamos jamás. Somos clásicos al comienzo, románticos después, primitivos cuando es preciso, furiosamente modernistas, neo-primitivos cuando nos hartamos del modernismo, gnósticos siempre, **bíblicos jamás**¹⁵.

Sin embargo, el problema no solo radica en el avance de otras maneras de enfocar el mundo humano y la vida en el Planeta, sino también la forma en que nosotros tratamos de influir en este avance. Específicamente, la estrategia ha sido pasar de una oposición radical y casi absoluta a los cambios propuestos por la modernidad y la postmodernidad, a la aceptación integrada o apocalíptica con quienes se comportan de modo diferente a la forma cristiana de vida una vez completado el cambio.

El ejemplo más cercano a mi problema de investigación y trabajo académico es el de la evaluación y posición sobre la industria cultural y los medios de comunicación de los cristianos. Desde la perspectiva histórica, la Iglesia se ha expresado de la siguiente

¹⁵ René Girard, *El chivo expiatorio* (Barcelona: Editorial Anagrama, 1986), 140.

manera sobre la prensa, el cine, la radio y la televisión según el trabajo de Benito Spoletini (1977):

- **Sobre la prensa.** Entre 1831 y 1878 (que comprende el magisterio de Gregorio XVI, Pío IX y León XIII), la voz oficial de los católicos pasó de ser completamente crítica de los medios de comunicación y de la libertad de expresión, a reconocer que “los periódicos se han convertido en una necesidad”.
- **Sobre el cine.** En 1912, un decreto de la Santa Sede prohíbe “en las iglesias absolutamente cualquier clase de proyección y de espectáculos cinematográficos”¹⁶. En 1934, Pío XI inició una cruzada por el “cine moral” afirmando que el cine es un factor relevante de comunicación social.
- **Sobre la radio y la televisión.** Se había aprendido del pasado y estos dos medios son aceptados desde el primer momento. No hay un cambio de doctrina, dice el padre Spoletini¹⁷. Lo que cambia es la mirada de las realidades terrenales. Se entiende a los nuevos medios como oportunidades de salir de comunidades cerradas y aisladas hacia otras abiertas y conectadas. Los medios pueden llevar la verdad y la información objetiva de los acontecimientos.

En general, pero especialmente desde la universidad, deberíamos poner en práctica una política de comunicación que no pase de un extremo a otro. Podríamos explorar una política basada en el “diálogo real”, en una estrategia de “pastoreo”, de cuidado continuo, expresando la verdad, pero sin romper con el “otro” que nos necesita; deberíamos abandonar, por lo menos por un tiempo, las estrategias de “posiciones absolutas” —que además de estar muchas veces en contra de nuestros principios metodológicos científicos, también son poco caritativos desde la perspectiva de nuestra identidad cristiana— que nos llevan a aparecer, delante de los indecisos o alejados, poco coherentes al pasar de una posición completamente en contra, a aceptar lo que luego se transforma en realidad.

El diálogo académico parece ser una práctica alejada a la identidad cristiana. Sin embargo, esto no tiene que ser así. La identidad cristiana, ser cristianos y vivir como cristianos, implica una serie de atributos y posiciones expresivas que son coherentes con la universidad y su misión: la búsqueda de la verdad, la aceptación del otro como ser racional, el diálogo como forma de conseguir el entendimiento, la apertura a una realidad desconocida en la medida en que Dios es el único que sabe algo objetivamente, entre otras cosas.

Si nos colocamos detrás de posiciones absolutas, si usamos una estrategia de “atrincheramiento” y de “posicionamiento fijo”, más allá de los resultados inmediatos, es posible que quedemos descolocados y desarmados cuando el contexto se modifique y estas posiciones ya no sirvan. Debemos pensar de antemano cómo seguiremos actuando después de una cierta situación de diálogo, de conversación y de posicionamiento. Si nuestra posición es la aceptada y la que finalmente tiene éxito en el “mundo”, entonces, nuestra cierta rigidez posicional no hará sufrir a nuestra identidad. Pero si nuestra

¹⁶ Cfr. Benito Spoletini, *Comunicación social e Iglesia. Documentos de la Iglesia Latinoamericana (1959-1976)* (Bogotá: Ediciones Paulinas, 1977).

¹⁷ Ídem.

posición no es aceptada ni reproducida, entonces, estamos en un doble problema: nuestro mundo tendrá menos atributos cristianos y nosotros estaremos mucho más lejos de ser aceptados, de participar y de que podamos ayudar a mejorar la vida y el futuro.

Mejor que la “táctica de trincheras” es la “táctica de la participación”. El desafío de la universidad es la participación del diálogo para no perder identidad, cosa que podría resolverse por medio del uso de tres acciones diferentes:

- *Desarrollar posiciones claras y comprensibles* para todas las personas, tanto para los interlocutores que nos enfrentan, como para los confundidos, para los indiferentes y para nuestros pares y “aliados”.
- *Un lenguaje, un tono y unos gestos abiertos al diálogo* y sobre todo, *a la continuidad del diálogo* para seguir después de la primera situación —sin importar su resultado, a favor o en contra de nuestra identidad— con la coexistencia necesaria para estar en el mundo.
- Y una actitud de base que sea *aceptación irrestricta de los otros*, de las personas solo por ser personas, sin diferenciar según la posición que tomen. Esto implica un pensamiento verdaderamente cristiano, y un control emocional alto para no dejarse llevar por las prácticas

Esta política de comunicación se resume en un texto que San Josemaría expresó en Buenos Aires en el año 1974:

...que sembréis la paz y la alegría por todos lados; que no digáis ninguna palabra molesta para nadie; que sepáis ir del brazo de los que no piensan como vosotros. Que no maltratéis jamás a nadie; que seáis hermanos de todas las criaturas, sembradores de paz y alegría¹⁸.

Los primeros cristianos ganaron fama en sus comunidades, adhesiones y comenzaron a construir un mundo de “formas cristianas” porque ayudaban, curaban y cuidaban a todos los necesitados, sin importarles sus creencias y sus prácticas: solo porque eran personas, seres humanos necesitados de otros seres humanos. Nuestras universidades deben entrar al diálogo para realizar su misión sin perder identidad cristiana con el impulso de los primeros cristianos. Tal vez regresar a estas formas básicas del pasado permita conseguir el futuro que queremos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bateson, Gregory. *Pasos hacia una ecología de la mente. Una aproximación revolucionaria a la auto-comprensión del hombre*. Buenos Aires: Editorial Planeta-Carlos Lohle, 1991 [1972].
- Berstein, Richard. *El abuso del mal. La corrupción de la política y la religión desde el 11/9*. Buenos Aires: Editorial Katz, 2006.
- Edelman Trust barometer, informe 2016 Q130-587, <https://es.slideshare.net/paulaherreros1/edelman-trust-barometer-2016-argentina> (Consultado el 30-5-2018)

¹⁸ San Josemaría, Buenos Aires, 26 de junio de 1974.

- Gargarella, Roberto, coord. *La Constitución 2020. 48 propuestas para una sociedad igualitaria*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011.
- Girard, René. *El chivo expiatorio*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1986.
- Harré, Rom y Bronwyn Davies. "Posicionamiento: la producción discurso de la identidad". *Athenea Digital* 12 (2007): 242-259.
- Lash, Scott. *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 2005 [2002].
- Lorda, Juan Luis. *Antropología. Del Concilio Vaticano II a Juan Pablo II*. Madrid: Ediciones Palabra, 1996.
- Lotman, Iuri M. *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto. I*. Valencia: Cátedra-Universidad de Valencia, 1996.
- Sperber, Dan. *Explicar la cultura. Un enfoque naturalista*. Madrid: Ediciones Morata, 2005.
- Spoletini, Benito. *Comunicación social e Iglesia. Documentos de la Iglesia Latinoamericana (1959-1976)*, Bogotá: Ediciones Paulinas, 1977.
- Trivers, Robert. *La insensatez de los necios. La lógica del engaño y el autoengaño en la vida humana*. Buenos Aires: Katz Editores, 2013 [2011].
-

Documentos Core Curriculum, n.9, 2018.

ISBN: 978-84-8081-614-4

Cómo citar este artículo: Elizalde, Luciano. "El diálogo académico en universidades de identidad cristiana: soluciones tácticas y búsqueda de una salida estratégica". [Documentos Core Curriculum](#), 9 (2018)

URL: <http://hdl.handle.net/10171/53660>



Los Documentos Core Curriculum se publican bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 España.