Internet y sistemas globales de comunicación *Juan Pedro Ortuño Morente*

Director del Departamento de Internet de la Archidiócesis de Madrid. Consejero delegado de "TMT" (Canal de TV del Arzobispado de Madrid).
Mesa redonda en "DIÁLOGOS DE TEOLOGÍA- V". Biblioteca Sacerdotal "Almudí", 11 de marzo de 2003.

Ponencia pronunciada en Diálogos de teología 2003, organizados por la Asociación Almudí de Valencia y publicada en J. P. Ortuño Morente, *Internet y sistemas globales de comunicación*, en J. Palos, M. Ordeig y C. Cremades, "Evangelización y comunicación", (Edicep, Valencia 2003) pp.69-90 .

Introducción

Nos encontramos inmersos en la denominada "era digital", en la que las nuevas tecnologías hacen gala de su incursión exponencial en la vida económica, política y privada de las gentes de este siglo XXI. Este desarrollo tecnológico va articulando una nueva forma de vida, que con sus diversos productos e innovaciones, autónomos en su origen, parecen ahora aglutinarse en una finalidad común. De esta manera, la telefonía, los ordenadores, los satélites, los sistemas audiovisuales, así como todo lo que se denomina mundo "multimedia" (conjunción de software y digitalización de sonido e imagen), se encuentran interactuados de tal modo que, ante los ojos del ciudadano corriente, puede dar la impresión de una invasión "globalizada" a su intimidad.

Por otro lado, los denominados medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión), ahora se encuentran de tal modo relacionados entre sí, gracias a sus "puestas a punto" en versión digital, que la distinción entre unos y otros ya resulta compleja, como complejo es el discernimiento de sus contenidos. En definitiva, podríamos preguntarnos: ¿existe proporcionalidad entre los esfuerzos tecnológicos, y lo que significan para el usuario final, que demanda resultados en términos de información, cultura, formación u ocio?

Lo que podría ser una mera paradoja de conflictos de intereses resulta ser, sin embargo, una opción esencial por lo que se presume verdaderamente humanizador para la persona, a la vez que un ejercicio responsable de la libertad. No se trata de enfrentar modernidad con autonomía de la persona, sino de analizar aquellos aspectos que resultan de verdad plenos de sentido y que incrementen el desarrollo integral de todo individuo.

Así, por ejemplo, y ciñéndonos al tema que nos proponemos, el mundo de Internet ha cambiado el horizonte mediático de la sociedad. Todos

Phoca PDF

dicen que se han transformado los usos y costumbres de millones de personas. En los medios de comunicación tradicionales, el factor usado para llamar la atención era la novedad, rozando tantas veces el abismo de la trasgresión como anzuelo para el consumidor. El nuevo medio tecnológico que es Internet, en cambio, enfatiza más la interacción y la conectividad. Se trata de un empeño en vencer la lucha por la "escasez de atención" en la gran oferta comunicativa. Como fruto de todo ello, hay una propensión a buscar públicos cada vez más segmentados para lograr una mayor proximidad e inmediatez. Veamos un ejemplo.

Dentro del uso de Internet, como sistema global de comunicación, aparecieron a finales de los 90 en Estados Unidos las *weblogs*. Estas páginas web personales de administración simplificada se han convertido en un fenómeno de masas. Así, por ejemplo, muchos periodistas se han apropiado de esta nueva herramienta, que les permite expresar más libremente sus ideas y hacer 'participar' a los lectores de sus procesos de trabajo.

Si bien es imposible dar una definición única de weblog ("ideas" en la web) que sea del todo acertada, sí se puede, al menos, enumerar los principales elementos que se encuentran en un servicio de este tipo. En primer lugar, se trata de una página web personal, que puede abordar cualquier tema: política, economía, cultura, religión, etc., con un mantenimiento y puesta al día sencillo, una presentación cronológica inversa (es decir, los textos del día aparecen en la parte superior de la pantalla, mientras que los textos anteriores se van almacenando en los archivos) y, sobre todo, con un gran número de vínculos hipertexto hacia otras fuentes de información sacadas de la propia red o de otros weblogs. Resumiendo, se trata de una idea que, sin ser del todo nueva, aporta interesantes funciones, refinadas y sencillas, que permiten incluso al más profano expresarse como quiera. En segundo lugar, hablemos de sus principales características:

- *Gran facilidad de creación y mantenimiento*. El software empleado en la edición de los weblogs es muy simple, permitiendo a cualquier usuario neófito acceder a ellos. Además, existen numerosas plataformas digitales (que permiten a los particulares crear con facilidad sus weblogs (con plantillas predeterminadas, espacio gratuito en el servidor, etc.).

- *Rapidez de gestión*. La forma de edición no puede ser más simple: se introduce el contenido que queramos en la ventana de texto, y se marca el icono 'editar'…; el texto quedará ya editado en la red. El usuario puede entonces concentrarse en la búsqueda de información o en la escritura. La rapidez con la que las weblog puede disponer la información hace de ellas una herramienta insustituible para

Phoca PDF

situaciones urgentes.

- *La subjetividad*. La edición del contenido, así como la selección de los vínculos, depende de la personalidad del usuario, o de la función que se quiera dar a la weblog. Por otra parte, también existen weblogs comunitarios –aunque parezca una contradicción–, donde todos los miembros pueden aportar su contribución.

- *La regularidad de la puesta al día es esencial*. La duración de una weblog está relacionada con la perseverancia de su creador.

- *El poder de los vínculos hipertexto*. Es una de las grandes fuerzas de las weblogs, al permitir la recuperación de informaciones que ya no son del todo actuales pero siguen siendo relevantes. Estas informaciones son a veces de primera mano (creadas y editadas por el webloger, como los numerosos contundentes testimonios aparecidos en los weblogs neoyorquinos en las horas siguientes a los atentados del 11 de septiembre). Pero en la mayoría de los casos, se trata de información reciclada, sacada de las profundidades de la red, que proviene de otras páginas web o de otros weblogs.

- *El espíritu comunitario y la interacción*. Los desarrolladores de estas páginas se denominan weblogers, y constituyen comunidades vivas y muy unidas. Introducen en sus páginas web vínculos hacia otras páginas semejantes, así como hacia otros weblogers con los que comparten descubrimientos y afinidades. Esta interconexión crea un poderoso efecto multiplicador.

Este ejemplo nos ha servido para observar la utilidad y el empleo de Internet como verdadero sistema global de comunicación.

La Iglesia y los sistemas de comunicación

Podemos decir que han sido tres las revoluciones por las que el hombre ha pasado (tres culturas), inexorablemente unidas al factor de los medios de comunicación:

- ***Revolución de la palabra***. La transmisión de la cultura a través del lenguaje hablado, y que aún hoy supone la mitad de la humanidad.

- ***Revolución del libro***. Con sus antecedentes del papiro o el manuscrito, supuso la instauración de las primeras redes de comunicación, teniendo sus centros de transmisión en el monacato y, posteriormente, en la Universidad. Todavía hoy supone una cultura de minorías.

- ***Revolución de lo digital***. Creemos que este es el término adecuado a

Phoca PDF

lo que ha servido como plataforma teórica al uso de los medios electrónicos, informáticos o computerizados. Existe una idea generalizada, producto del marketing, que las últimas tecnologías devuelven al hombre un estado de horizontalidad de la comunicación, es decir, se trataría de un "producto" democrático.

Los esfuerzos de los hombres para comunicarse es una realidad que ha alcanzado hoy cotas sorprendentes, y la misma Iglesia no se esconde de este horizonte. Ya el Vaticano II dice: "Siempre se ha esforzado el hombre con su trabajo y con su ingenio en perfeccionar su vida; pero en nuestros días, gracias a la ciencia y la técnica, ha logrado dilatar y sigue dilatando el campo de su dominio sobre casi toda la naturaleza, además del aumento experimentado por los diversos medios de intercambio entre las naciones, la familia humana se va sintiendo y haciendo una única comunidad en el mundo" [*Gaudium et spes*, n. 33]. La "aldea global" que configura la "red de redes" interplanetaria de Internet, por ejemplo, parece confirmar ese anhelo de reunir a todas las gentes en un medio más cercano en la comunicación.

Sin embargo, esos medios –que nunca son un fin en sí mismos– capaces de promover la dignidad y la libertad, válidos para alimentar las esperanzas y respetar el destino del hombre y portadores de vida moral y religiosa, pueden ser también, por el contrario, una sutil plataforma de ideologías disgregadoras de la persona, de visiones deformadas de la familia, la religión, de la moralidad.

Es obvio que la Iglesia debe cuidar la preparación de los fieles que van a prestar el insustituible servicio de la comunicación. Y si siempre lo ha sido, hoy debe mirar con especial simpatía y confianza a las nuevas creaciones mediáticas, en un mundo que se abre camino a través del nuevo milenio estrenado.

La Iglesia, en los últimos años, especialmente desde el Concilio Vaticano II, como ya hemos visto más arriba, subrayó la importancia de los medios de comunicación en la Iglesia para el bien de todos los hombres. Las palabras de aliento e iluminación de la constitución pastoral *Gaudium et Spes* (sobre la Iglesia en el mundo actual), y más en concreto el Decreto *Inter mirifica* (sobre los medios de comunicación social), reclaman nuestra atención para realizar algunas reflexiones:

– *Concepto de Creación*: La Iglesia está y debe estar presente en el corazón de todos los medios de comunicación. Cree en ellos porque cree que la creación no 'ha sido', sino que 'está siendo'. La creación es un permanente *in fieri*. Porque creemos en un Dios Creador y Providente, creemos que Dios no sólo ha creado sino que está creando. Los nuevos medios son creación de Dios para nosotros, y en ellos

Phoca PDF

tenemos que contemplar la grandeza del Creador, la gloria de Dios, que se posa sobre las cosas creadas. Los nuevos medios de comunicación son *magnalia Dei*.

- *El instrumento de la Filosofía*: Los nuevos medios de comunicación nos sugieren la necesidad de hacer una reflexión filosófico-teológica sobre los medios a los que aludimos, especialmente a las posibilidades que se nos abren con la informática. Desconocemos que se haya hecho una reflexión prolongada y serena, desde ámbitos filosóficos o teológicos, sobre los medios de comunicación. A modo de ejemplo: la investigación humanística y teológica está con la mano tendida y mendicante de una reflexión sobre la incidencia de los nuevos medios, de manera especial la informática e Internet, en la búsqueda y transmisión del saber para el enriquecimiento del hombre.

- *Peligro de hipostatización*: Se trata de la sacralización de los medios que pueden abocarnos en una peligrosa idolatría. Toda idolatría es una falsa aceptación de la realidad creada y, por ello mismo, no ayuda al hombre, ni le favorece a que alcance sus aspiraciones más profundas. Una falsa utilización de los medios conduce, por tanto, a una utilización de la persona humana y, por ende, a no respetar a la persona como valor absoluto, por ser imagen de Dios. Los medios están al servicio de la dignidad de todo hombre, y no viceversa: la persona al servicio de los medios.

- *Correcto uso de las tecnologías mediáticas*: Los medios, si son tenidos como creación al servicio y bajo el dominio del hombre, respetarán la objetividad. Por el contrario, pueden ser terreno fertilísimo en el que se planten y crezcan las semillas de peligrosos subjetivismos. El recto uso de los medios favorecerá y apoyará el pluralismo y la pluralidad presente en la vida social y personal. De lo contrario, estos mismos medios pueden ser el espacio en el que se fomenten peligrosos uniformismos y manipulaciones.

- *Noción de verdad*: Lo que era para pocos, ya es dominio de muchos más, por no decir para todos. Los nuevos medios pueden ser un grandioso espacio, una llamada para optar por el valor de la sencillez, para que la Verdad ("trascendental" metafísico), que siempre es sencilla por ser para todos, a todos llegue. O por el contrario, la no recta utilización de los medios puede que sea un paso más en la peligrosa vorágine de la complejidad. "El lenguaje de la verdad es sencillo", nos escribe Séneca en la Epístola 49.

- *Noción de encarnación*: El mensaje, y sus contenidos, necesitan cuerpo, carne, para que se hagan historia. La "carne" de la Buena noticia es el medio que necesita para llegar al hombre y su circunstancia. Los medios son precisos para la necesaria encarnación

Phoca PDF

del mensaje que se quiere comunicar.

En definitiva, nos interesa subrayar esta idea: con los ojos y la mente puestos en la historia para seguir horadando caminos hacia el futuro, el hombre no debe soslayar su dignidad humana por dejarse superar y esclavizar por aquello que debe estar a su servicio. Que los medios estén siempre para servir a la verdad (objetividad), a la libertad, y al crecimiento de la persona; y para que jamás sean espacios que encadenen y esclavicen a las criaturas.

En esta línea encontraremos la auténtica aportación de la Iglesia a los nuevos medios, contando además con el cúmulo de sabiduría y prospectiva de siglos de experiencia, que nos enseñan cómo Dios "habló según los tipos de cultura propios de cada época. De igual manera, la Iglesia, al vivir durante el transcurso de la historia en variedad de circunstancias, ha empleado los hallazgos de las diversas culturas para difundir y explicar el mensaje de Cristo en su predicación" [*Gaudium et spes*, 58]. Con la llegada de los nuevos sistemas de comunicación, en especial en esta época de lo digital, se abre la posibilidad para que la denominada "aldea global" sea invitada a abrazar el Evangelio por amor, y ello sin olvidar que "la verdad no se impone de otra manera que por la fuerza de la misma verdad, que penetra suave y a la vez fuertemente en las almas" [*Dignitates humanae*, 1].

La Iglesia ha de dirigirse, en primer lugar, a todo creyente, ya que éste se interroga por las razones de su fe [1 Pe 3,15], y debe procurar una mayor inteligibilidad de sus contenidos, que le haga progresar en esa misma fe. Por otra parte, la Iglesia presenta al mundo la estima de Dios por lo creado, llegando al umbral de la dimensión sagrada de la realidad humana; es el carácter dialógico que encontramos en toda relación fe-cultura. Así pues, la Iglesia se encuentra con las diversas realidades que constituyen la vida del hombre (creyente o no), y en ellas busca alcanzar la verdad última en las cuales cree, comunicando los frutos del camino ya realizado. Si la finalidad del empleo de los nuevos medios de comunicación, por ejemplo, es el amor a la verdad y el respeto a la dignidad humana, entonces no es necesario comenzar el diálogo, sino que éste lleva iniciándose hace tiempo.

En el empleo de los medios de comunicación social, es posible verificar una peculiar actividad mediante la cual la persona expresa la propia capacidad creativa y donde el lenguaje comunicativo prevalece sobre el de la técnica. A las nuevas tecnologías, se les pide responsabilidad y cooperación ante la búsqueda de la verdad, que aparece en todo horizonte comunicativo; pero la verdad, en muchas ocasiones, se encuentra velada por el misterio. Este elemento

Phoca PDF

trascendente, que pertenece a lo más nuclear del ser humano, no puede ser destruido de la existencia personal; de lo contrario, nos encontraríamos en el compartimiento estanco de la pura técnica. La Iglesia, pues, puede ayudar a los nuevos medios de comunicación, como definitiva aportación, a captar los rasgos del misterio entre los repliegues de la existencia, y, al mismo tiempo, a mostrar la grandeza del misterio cuando éste se enfrenta a Dios.

La Encíclica "Fides et Ratio", por ejemplo, es una atrevida propuesta del Papa al pensamiento contemporáneo. Se dirige tanto a los que creen que la capacidad de la razón está limitada y por eso abandonan la búsqueda de la verdad, como a aquellos que se conforman con una fe simplemente "no absurda". Pero, más allá de esa fe y de una razón "instrumental" (empleo de la mera técnica) está la verdad. La fe y la razón son los dos caminos por los que el pensamiento puede acceder a ella. En su planteamiento, Juan Pablo II ve al hombre, que se pregunta por el mundo, se siente afectado por lo que conoce y, al mismo tiempo, tiene la urgencia, cada vez mayor, de interrogarse sobre el sentido de ese mundo y de su propia existencia. Ese deseo de verdad forma parte de la misma naturaleza del hombre. Su punto de partida es la admiración (asombro) y se dirige a conocer el por qué de las cosas y su finalidad.

Entre los grandes desafíos de la comunicación en la Iglesia, y que aprovechan las nuevas tecnologías, nos encontramos con la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL), proyecto que, desde los inicios de la década de los 90 llevan en conjunto el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales y el Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM). Es un ejemplo palpable de lo anteriormente dicho. La Iglesia hace uso de un instrumento, la informática, que supone su inserción en la era del mundo digital. Pero el empleo de estas tecnologías supone la necesaria formación y cultura, que den sentido a la finalidad que se busca: la evangelización. Sólo así es posible ofrecer unos servicios y obtener los mejores frutos adecuados al fin propio de la Iglesia.

El eje cultural en el que se encuentra enmarcada dicha Red propicia además un acercamiento a la propia realidad latinoamericana que se extiende a países como España, Brasil, Portugal, o incluso parte de los Estados Unidos. Sin ignorar la diversidad de condicionamientos y caracteres, es mayor el aspecto de unidad que nos ampara: un lenguaje y costumbres comunes. Hemos sido testigos de cómo estas nuevas tecnologías aprovechan un medio de comunicación ágil y económico, llegando a los lugares más necesitados y alejados para la evangelización.

Existen otros múltiples ejemplos de cómo la Iglesia va insertando su

Phoca PDF

acopio de experiencia y preparación en el complejo mundo de los *mass-media*, utilizando los soportes tecnológicos de última generación: millones de páginas web de distintas instituciones eclesiales u organismos privados de inspiración confesional, van tejiendo la red cibernética. También la creación de grandes bases de datos permite el acceso a libros, revistas, publicaciones, documentos o cualquier tipo información, a la vez que se brinda un correcto discernimiento de las mismas. Recientemente se ha inaugurado un plan estable de videoconferencias para la formación permanente del clero que, teniendo su centro en el Vaticano, participan diez diócesis de los cinco continentes, entre las que se encuentra la Archidiócesis de Madrid, y que permite la participación de teólogos y sacerdotes en tiempo real. Por otra parte, se van creando agencias de noticias, gabinetes de análisis de información… sin mencionar el empleo de otros medios ya tradicionales, como pueden ser la prensa, la radio o la televisión.

"Archimadrid"es un desafío pastoral a través de Internet

Son ya siete años los transcurridos desde que inició su andadura la web de la Archidiócesis de Madrid. El objetivo era que la Iglesia pudiera encontrar un espacio dentro de este gran desafío de la comunicación que supone Internet. Aprovechando estas nuevas tecnologías, "archimadrid.es" ha estado muy de la mano de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL), a la que antes hemos aludido.

Un primer intento, por tanto, fue el dar a conocer nuestra propia realidad (lo que la Iglesia dice, su magisterio, etc). Además, a través de Internet, facilitar al usuario el acceso a otros servicios que fueran de interés (calendarios, resumen de prensa, etc.). Por encargo del Pontificio Consejo para las Comunicaciones sociales, uno de los primeros trabajos fue la realización de dos prontuarios (para obispos y para técnicos), así como un "decálogo" eclesial para el uso de Internet.

Se comenzó por señalar un "mandamiento cero", o punto de partida para cualquier planteamiento en la creación de una página en Internet: Una "página" ha de estar, prioritariamente, al servicio de los usuarios más directamente interesados en ella –los del ámbito de competencia– respondiendo a sus necesidades de información y servicios, y de acuerdo con la mayor o menor potencia de los equipos con que ellos cuentan. El primer objetivo de una página web en una Iglesia local, en definitiva, no es la universalidad de la misma, sino ofrecer a sus usuarios aquello propio que ninguna otra le dará en materia de documentación, datos, material pastoral, etc. Por otra parte, si la mayoría de sus destinatarios cuenta con equipo y programas sencillos, pocos podrían acceder a una página que requiriera equipo de última

Phoca PDF

generación. Así pues, sólo en un segundo momento habría que pensar en el "anónimo navegante" o el investigador que pueda caer por nuestra web y cuya atención desearíamos captar. De aquí que convenga no ocupar espacio y tiempo multiplicando documentos ofrecidos por otras páginas eclesiales que cubren un área mayor. En cambio las páginas de áreas pequeñas pueden enriquecerse mucho con enlaces o "links" a aquellos otros sitos que contienen esa información valiosa para todos.

a) Criterios empleados para la elaboración de una base de datos Documental:

1.- Una base de datos no tiene por que ser un archivo único donde se gestiona toda la información que se desea tener organizada. Pueden existir tantos módulos como necesidades haya que solventar, es decir podría tener varias decenas de pequeños módulos que, todos unidos, llamaríamos base de datos documental.

2.- Pasos más importantes para trabajar de una manera optima con bases de datos.

Establecer los módulos necesarios para la introducción de información. La información puede llegar por varios cauces, ya sean desde ficheros de texto (imágenes, audio o vídeo) los cuales ya están para copiar y pegar, o que se deban teclear ya que el soporte es papel. A causa de esas diferentes informaciones que se han de implementar, convendrá crear tantos módulos como necesidades diferentes existan.

Unificar todas las informaciones desde un nexo de unión que servirá para que las personas cualificadas puedan cribar la información valida o más relevante, y asignarle la categoría o catalogación pertinente. Los privilegios de acceso tendrán un baremo previamente preparado, adaptado a las necesidades, y una localización de las personas con los privilegios de acceso.

Generar los 'contenedores' pertinentes para los datos (diferentes bases de datos de almacenamiento). Porque siempre es más rápido solventar problemas parciales que un bloque global que contuviera toda la información; además de que facilita una velocidad de acceso mucho mayor. En el caso de documentos de extensiones poco manejables (ficheros sonoros, videos, etc.), habrá una catalogación en carpetas bien organizadas para su fácil acceso desde una solicitud de búsqueda.

Organizar mediante un sistema de búsquedas, independiente de las bases de datos, toda la información que, con los permisos adecuados, permita acceder a las zonas de la información que se solicita. De este modo se salvaguarda la integridad de los datos almacenados y trabajados, evitando las pérdidas de información por bloqueos o mal funcionamiento

Phoca PDF

en alguna de las bases de datos.

b) Contenidos:

Archimadrid.es tiene actualmente el siguiente contenido, que puede servir de modelo para otras páginas web similares:

Instituciones:

• Curia Diocesana

• Santa Iglesia Catedral

• Facultad de Teología

• Seminario Conciliar

• Parroquias de Madrid

• Acción Católica

• Betel S.L. Proyectos y Obras

• Mutualidad del Clero

• Colegio Arzobispal de la Inmaculada y San Dámaso

• I. D. de Filología Clásica y Oriental San Justino

• Academia de Arte y de Historia de San Dámaso

• Canal de TV del Arzobispado de Madrid

• Siervas de María, Ministras de los enfermos

Delegaciones y Departamentos

• Listado de Delegaciones

• Delegación de Infancia y Juventud

• Pastoral Obrera y del Trabajo

• Pastoral Universitaria

• Peregrinación a Santiago

Phoca PDF

• Delegación de Enseñanza

• Delegación de Liturgia

• Delegación de Cáritas

• Delegación de Apostolado Seglar

• Delegación de Pastoral Vocacional

• Consejo Diocesano de Laicos

• Servicio de Informática

• Escuela de Agentes de Pastoral

• Departamento de TV

• Medios de Comunicación Social

• Delegación de Familia y Vida

• Delegación de Turismo

• Causas de los SantosArchivo documental:

• Documentos FTP

• Magisterio de la Iglesia:

- Documentos Vaticano II

- Magisterio de Juan Pablo II

• Oficina de Información

• Congregación para el Clero

• Otros del Magisterio de la Iglesia

• Bases documentales

• Documentación Iglesia Española

• Otra Documentación

• Reportajes

Phoca PDF

Servicios:

- Guía Diocesana
- La Voz del Cardenal
- Oficina de Información
- Horarios de misas
- Oración y Liturgia
- Santoral
- Asesor Espiritual
- Comentario al Evangelio
- Iglesia en Internet
- Estadísticas
- Vida Consagrada
- R.I.I.A.L.
- Humor
- al Hilo de la Actualidad
- Actualidad Bibliográfica

Publicaciones:

- Boletín Oficial Diocesano
- Alfa y Omega
- Calibán
- Infomadrid
- Guía Internet de la Iglesia Católica
- Revista de Espiritualidad
- Foro Técnico (C.E.E.)

Phoca PDF

- Financiación de la Iglesia (C.E.E.)
- Lo más Web
- Al hilo de la Actualidad
- El comentario

Conclusiones

Hemos visto unos ejemplos de uso de Internet. Para sacar conclusiones de ellos hemos de señalar antes dos hechos.

El primero tiene que ver con la relación que la Iglesia ha mantenido históricamente con los medios. Si nos fijamos bien, desde la aparición de la imprenta el balance es negativo. Eso no significa que los medios sean malos, sino que la Iglesia no es la única que los utiliza. Si pudiéramos sopesar los resultados de los distintas formas de publicación (libros, revistas, radio, televisión…), veríamos que se ha hecho mucho bien en la difusión del evangelio, pero también hemos de reconocer que esos mismos medios, utilizados por otros, han sido antievangelizadores. Por otra parte, hemos de reconocer que la mayor eficacia de la Iglesia en su labor evangelizadora es el trato personal. Así, por ejemplo, es muy bueno que Juan Pablo II haya sabido rentabilizar su presencia mediática, pero sería insuficiente si los millones de personas que le han visto por televisión o a través de Internet, no encontraran cerca de ellos lo que podríamos denominar un "agente pastoral", con el que profundizar ese impacto mediático recibido. Aún más, todos los que estamos aquí, sabemos que incluso la palabra humana (predicación, catequesis…), es inútil si finalmente no conduce a los fieles a un encuentro personal con Cristo.

El segundo hecho a subrayar es que los medios globales a los que nos referimos obligan a una simplificación. El motivo es sencillo: cuanto mayor es la audiencia potencial, menos especializado ha de ser el mensaje. Con esto saben a que me refiero: el peligro de simplificar la fe cristiana. Internet realiza una buena función pastoral en cuanto, por ejemplo, el acceso a bases documentales (magisterio, instituciones, pastoral…), y puede servir para difundir rápidamente una noticia. Sin embargo, aún no se ha conseguido cómo mantener una presencia continua y eficaz que esté constantemente al hilo de la actualidad (no trato de poner en entredicho a las agencias de noticias conocidas –Zenit, ACI–Prensa, AVAN, Infomadrid, Conferencia Episcopal Española…–, sino de buscar una presencia más intensa).

En este sentido también se constatan lagunas en los asesoramientos espirituales, y otros servicios pastorales informáticos existentes.

Phoca PDF

Sabemos que la comunicación moderna basa su eficacia en el impacto (de ahí la publicidad insistente, los recursos subliminales de captación, los estudios sociológicos, las campañas de lanzamiento, consolidación y mantenimiento…). Esto nos obliga como evangelizadores a no menospreciar ningún medio, y a buscar elementos integradores que faciliten las sinergias y empatías. Pensemos, por ejemplo, si los que programan los espacios religiosos de la televisión consideraran el trabajo mucho más humilde, pero también más eficaz, de los párrocos. El ejemplo puede no ser pefectamente válido, pero piensen qué pasaría si una marca de automóviles no pensara sus anuncios teniendo en cuenta el trabajo de los comerciales en los concesionarios.

¿Cómo solventar esta problemática? Si hay algo propio de la Iglesia es su carácter *kerygmático*, y esto se resuelve, en la cuestión que tratamos, mediante la necesidad de formar humana y doctrinalmente a los profesionales católicos de la comunicación. La calidad profesional de quienes ya trabajan en los medios eclesiales necesitan, independientemente de que deban actualizar sus conocimientos y habilidades técnicas, ser formados en la capacidad de discernimiento para expresar la fe en los nuevos lenguajes de hoy, es decir, conservando intacta la calidad del mensaje de Cristo. Formar a las personas es esencial; aunque la sociedad suele poner su esperanza más en las cosas y en el dinero. Sin embargo, este empeño en lo personal es la verdadera fuerza de la Iglesia, que no cesa de proclamar la dignidad de cada ser humano. Pero hay que evitar una tentación: dar consignas en lugar de dar formación. En la línea del Vaticano II hay que garantizar la legítima autonomía de las personas y de los medios.

Por tanto, a la luz de lo anteriormente expuesto, creemos necesario ir configurando, dentro de esta sociedad de globalización tecnológica y mediática, un auténtico pensamiento eclesial de la comunicación; que sirva de orientación, tanto para obispos y responsables de pastoral, como para técnicos y profesionales de contenidos y, por supuesto, de usuarios finales. En definitiva, hablamos de una Filosofía (ancilla teologiae). Con esto damos entrada a otro tipo de expertos, que cuiden de amparar y explicitar las líneas de fondo del Evangelio, que es la fuente primera de los contenidos, y mensaje para toda la humanidad: verdad, bondad, belleza y unidad. La verdad unitaria e integradora nos apartará de la tentación tecnológica como fin en sí misma.

Los medios modernos tienen una gran capacidad para engullir toda la realidad. Si un párroco no tiene ordenador, o no está conectado a Internet fácilmente pensamos que su pastoral no puede ser eficaz. Es evidente que ese juicio es falso, pero cada vez estará más en la cabeza de todos. Lo mismo pasa con las instituciones eclesiásticas, organismos religiosos…

Phoca PDF

McLuhan, respecto a la televisión, dijo que el medio era el mensaje y los contenidos el masaje. Algo parecido pasa con Internet. Hasta ahora, lo que se ha vendido (acceso a tarifa plana, ADSL, megaherzios…) es el medio. Lo que se admira es el instrumento, sin que nadie haya afrontado seriamente su validez educativa como cohesionadora de una sociedad, ni sus mismas implicaciones éticas (lo cual facilita, por otra parte, la abundancia de hipocresía: pornografía, racismo, ataques a la religión…). Este megaprotagonismo del medio ha hecho que, en los debates sobre el tema, se haya dado más importancia a los técnicos que a los filósofos o sociólogos. La admiración, que es lo propio de la Filosofía, ha sido desplazada por el deslumbramiento que es propio de la técnica. En la admiración, es el sujeto quien contempla la realidad; mientras que en el deslumbramiento, es el objeto el que nos ciega sin poder discernir. Lo mismo pasa en el campo de la bioética, del arte… Estamos en contra de las éticas demasiado especializadas, que olvidan el bien del conjunto por causa del deslumbramiento, sin poner el necesario distanciamiento para emitir un juicio válido.

Así pues, se trata de avanzar en la línea en la que Juan Pablo II, al final de su encíclica Fides et ratio, señala como de vital importancia: "El movimiento filosófico contemporáneo exige el esfuerzo atento y competente de filósofos creyentes capaces de asumir las esperanzas, nuevas perspectivas y problemáticas de este momento histórico" [*Fides et ratio*, 103-104]. El Papa, sin embargo, apela a una filosofía universal que es propia de todo hombre. Esta afirmación no debe confundirse con la pretendida ciencia única intentada por Ramon Lull en su Ars lógica, ni con la buscada por Descartes en sus Regulae ad directionem ingenii. Lo que el Papa dice es que hay una filosofía primigenia en cada hombre, que no se le puede escamotear. Y así, denuncia que "la filosofía moderna, dejando de orientar su investigación sobre el ser, ha concentrado la propia búsqueda sobre el conocimiento humano. En lugar de apoyarse sobre la capacidad que tiene el hombre para conocer la verdad, ha preferido destacar sus límites y condicionamientos" [*Fides et ratio*, n.5]. Se trataría, en esta línea, de dirigir una llamada de atención para pasar del fenómeno al fundamento. Lo cual nos lleva a considerar que, en todo lo que es esencialmente humano, se produce el encuentro entre el hombre, que busca, y Dios, que sale al encuentro del hombre… Se suspende así la "instrumentalización" del entendimiento (la pura globalización tecnológica y mercantil, por ejemplo), porque el fin propio de la razón es la consecución de la Verdad.

Phoca PDF