

# Teología de la comunicación en tiempos de interconectividad y de compartir en redes

*El paisaje cultural de estos tiempos es totalmente diferente al de hace unos pocos años. Ya no son solamente los medios tradicionales, sino que ahora irrumpen eso que llaman los nuevos medios. Se requiere entonces ahondar en el ámbito ético de estos en un sentido que profundice la inclusión y la democratización. Este hecho, profundamente nuevo en nuestras vidas, introduce desafíos inéditos para la humanización de la gente y para la Iglesia. Desde ahí, tal como nos lo expresa el autor, debemos pasar de una teología de la comunicación a una teología de la comunión.*

■ JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA

## I. El cambio comunicacional

El análisis de la cultura de masas ha ido evolucionando. Se pueden distinguir tres fases:

En la primera fase la escuela de Frankfurt, surgida en 1923, sostiene que el análisis de la cultura de masas depende del análisis económico-social. En la segunda fase Marshall McLuhan habla de la *galaxia Gutemberg*, de *el medio es el mensaje* y de la *aldea global*. En la tercera fase se halla la cultura del simulacro de Baudrillard y el culto a la estrella hasta la actual *inteligencia conectiva*.

Las nuevas tecnologías han modificado nuestra manera de sentir socialmente. Al inicio de nuestro encuentro con las tecnologías, nuestro gran deseo era *ver*. Fue la era del simulacro y el culto a la estrella. En la actualidad preferimos ser vistos a ver. El espectador se convierte en usuario creador y en multitud inteligente. El estar juntos compartiendo un momento social se hace cada vez más importante en la reconstrucción de nuestra cultura popular. La *conectividad* es el eje de la pujante cultura globalizada de nuestro tiempo. Es un elemento esencial de la cultura de hoy.

La *inteligencia conectiva* es el proceso por el cual un grupo de personas motivadas comparte contenidos, conocimientos, análisis y propuestas, comunicándose en red a través de computadoras y otros dispositivos electrónicos, con unos resultados y soluciones aplicables al entorno social de cada uno, y/o de un entorno social más amplio al que pertenece la red. Este

concepto equivale, en sus formas más estables y organizadas, con el de *redes de conocimiento*. Los miembros de las redes de conocimiento no solo se comunican a través de medios electrónicos, sino que tienen objetivos comunes, una alta motivación participativa y apoyo institucional. (Soberón 2009, 307)

Lo ocurrido desde los primeros ordenadores de los años 1950 hasta la computación social (Web 2.0) de la primera década del siglo XXI, no constituye probablemente sino la chispa inicial o, si se quiere, la prehistoria de la cibercultura mundial y de su esfera pública.

## Preocupaciones éticas

Pero en este crecimiento de la nueva esfera digital están apareciendo lagunas y dificultades.

■ Tenemos que 80% de la población de los países industrializados y de la clase media de los países subdesarrollados está conectada al Internet en su casa. Los que más crecen son Brasil, Rusia, India y China. Pero preocupa que 90% de la sociedad está excluido de la sociedad de la información, del conocimiento y de las nuevas tecnologías. Entonces, ¿qué va a pasar con los más pobres? Resulta difícil pensar en la ciberdemocracia del futuro mientras no se resuelva el problema de la *brecha digital*.

■ Se requiere profundizar en el conocimiento como bien público, en la creación colectiva del conocimiento y en la globa-



**(...) preocupa que 90% de la sociedad está excluido de la sociedad de la información, del conocimiento y de las nuevas tecnologías. Entonces, ¿qué va a pasar con los más pobres? Resulta difícil pensar en la ciberdemocracia del futuro mientras no se resuelva el problema de la brecha digital.**

lización de la *propiedad intelectual* compartida.

Todos los países dependen de las empresas de dos o tres países tecnológicamente más avanzados.

En los tratados internacionales de propiedad intelectual existe mucha imposición por parte de los países desarrollados que defienden los monopolios de su tecnología, para asegurar su liderazgo económico en el ámbito del comercio internacional. Los países más pobres necesitan defenderse de tales imposiciones, necesitan poderse posesionar también de la tecnología y poder desarrollar una tecnología propia adaptada a las necesidades de sus poblaciones.

Los derechos de los pueblos y de las poblaciones están por encima de los intereses comerciales de individuos y organizaciones.

■ Se necesita una *ética del compartir* que establezca criterios sobre la inclusión y democratización de contenidos y programas.

En el pasado los gobiernos y organizaciones, como la Iglesia, ejercieron algún grado de control sobre la información con el *Imprimatur*, etcétera. Hoy, en cambio, cualquier persona puede publicar materiales religiosos en Internet.

Los derechos de autor (*copyright*) comenzaron en el siglo XVIII como elementos de lucro comerciales, y beneficiaban más a las empresas que a los mismos autores que les vendían su genio. ¿En qué medida un invento puede ser propiedad individual? ¿Quién puede decir que inventó algo, excluyendo a los que prepararon el camino para este invento?

El *copyright* comercial está siendo superado por el *copyleft* de las cuatro libertades de Richard Stallman, que llevaron al *creative commons*. El movimiento del software libre y abierto está inspirando un movimiento más amplio, el de la cultura libre y abierta.

Los bienes intangibles, como las creaciones e invenciones van siendo considerados más y más como un acervo de la humanidad (*dominio público*), al que todos

los seres humanos deberían tener libre acceso.

La sociedad civil y el Estado necesitan vigilar para que se establezcan y desarrollen verdaderos procedimientos éticos en el diseño y en la implementación de las nuevas tecnologías digitales.

■ Finalmente, el fenómeno de la *comunicación* ha invadido todos los campos del mundo contemporáneo. Nunca tuvimos a mano tantas tecnologías de información ni tantas facilidades de viajes. Las personas tienen hoy acceso a mucha más información sobre el mundo que cualquier otra generación anterior. Es la *sociedad de la información*.

El proceso parece tan natural y transparente que uno puede olvidar que este conocimiento es *mediado* por reporteros, editores, productores y sistemas mediáticos. No es fruto de la experiencia o de la interacción personal. Esta información mediada puede llevar a una mayor división. En verdad, hay mucha información pero no tanta comunicación en igualdad de términos.

Además, quizá los medios no nos conveen sobre algunas cosas, pero ciertamente tratan de convencernos de cuáles son las cosas importantes para ellos. Mientras más salen tales cosas en los medios, más importantes las juzgaremos nosotros. Y si Dios o la Iglesia no encuentran un lugar en los medios de comunicación, empiezan a perder importancia para muchos miembros de la cultura de la comunicación. Hay una *aniquilación simbólica* de lo religioso en los medios (Tuchman 1978).

Finalmente, el público se ha hecho más sofisticado y crítico. Y muchos se acercan a los medios con la permanente sospecha de que los quieren engañar y convencer de lo que a los medios les interesa. La Iglesia institucional, incluso en una homilía del domingo, debe esperar la misma sospecha y sofisticación ante lo que ella comunique.

## II. Elementos generales de una teología de comunión para estos cambios

Toda esta interactividad, las preocupaciones éticas descritas y los cambios que han introducido en la sociedad, son nuevos desafíos para la humanización de la gente y para la Iglesia. ¿Qué actitud debe tener ella frente al ecosistema mediático que cambia tan rápidamente, y que tiene elementos tanto positivos como negativos?

Los profundos cambios que se están dando en la cultura de masas están pidiendo una reformulación de nuestra ética y de nuestra teología de la comunicación, una profundización en la teología de la solidaridad y una evaluación del tema del *copyright* desde una perspectiva cristiana.

Los movimientos del software libre y de la web 2.0 están cuestionando el enfoque individualista a los derechos de propiedad y a la privacidad. Esto significa que hace falta una reconsideración del contenido de la propiedad individual, y esto es algo que debe interesar a la Iglesia.

Da la impresión que la humanidad está dando muchas lecciones a los cristianos: “Los hijos de este mundo son más astutos que los hijos de la luz” (Lc 16, 1-13). Pero la Iglesia no puede llegar y firmar el protocolo entre los últimos, cuando Jesús fue el primero en liderar el paradigma del compartir, empezando con los más necesitados.

La Iglesia necesita dar un ejemplo de lo que significa ser comunidad, comenzando por el trato entre nosotros como cristianos, dentro de la Iglesia y entre las

iglesias, e incidiendo en los debates públicos y políticos.

Todo lo creativo, toda la producción, como todo lo que existe, procede inicialmente de Dios. Todo lo creado a partir del hombre viene, en esta perspectiva de fe, como un acto secundario, que sigue al acto fundamental de Dios. En todo acto cooperativo humano está la inspiración de Dios.

La cultura del compartir se inspira en el Nuevo Testamento con la *koinonia* (comunidad), y el *ágape* (compartir en el amor). Somos testigos de la Resurrección, que nos anima a vivir en fraternidad.

En la Iglesia existen diferentes posturas, a menudo contradictorias, alrededor del tema de la propiedad.

El mundo cristiano no está metido en el tema de la *propiedad intelectual*. La gran parte de los seminarios de teología no estudian el tema de la comunicación y la cultura.

Es importante que profundicemos el criterio propio de la fe con relación a la propiedad intelectual desde los principios del bien común y la opción preferencial por los pobres. ¿Qué nos dice la Escritura al respecto?

Al interrogarnos sobre la finalidad de la propiedad intelectual, y también de la comunicación, desde la perspectiva del Evangelio, se ve que, como todo quehacer humano, se resume en la construcción de una comunidad de compartir donde reine el amor, especialmente con los pobres y marginados. El término *comunidad* para reflexionar alrededor de estos temas es decisivo, porque es nuestra actitud frente a la otra persona lo que está en juego, es decir, la forma en que relacionamos el crecimiento mío y el crecimiento del otro.

La fe puede ayudar mucho a la ética.

La razón necesita siempre ser purificada por la fe, y esto vale también para la razón política, que no debe creerse omnipotente. A su vez, la religión tiene siempre necesidad de ser purificada por la razón para mostrar su auténtico rostro humano. La ruptura de este diálogo comporta un coste muy gravoso para el desarrollo de la humanidad. (Benedicto XVI (2009) *Caritas in veritate*, 56).

Así pues, fe y razón, teología y ética se necesitan mutuamente para ser ellas mismas.

Habermas, convencido de la necesidad de elementos éticos reguladores del avance tecnológico, no parece muy espe-



***Habermas, convencido de la necesidad de elementos éticos reguladores del avance tecnológico, no parece muy esperanzado en que vengan de Wall Street. Confía, desde su agnosticismo, en que las religiones colaboren a colmar tan sensible laguna***

ranzado en que vengan de Wall Street. Confía, desde su agnosticismo, en que las religiones colaboren a colmar tan sensible laguna (Ollero 2010, antes de 41).

Benedicto XVI confirma esta desconfianza hacia los mercados:

Parece realmente absurda la postura de quienes defienden su neutralidad de los medios de comunicación y, consiguientemente, reivindican su autonomía con respecto a la moral de las personas... Quienes enfatizan la naturaleza estrictamente técnica de estos medios, favorecen de hecho su subordinación a los intereses económicos, al dominio de los mercados, sin olvidar el deseo de imponer parámetros culturales en función de proyectos de carácter ideológico y político. (Benedicto XVI (2009) *Caritas in Veritate*, 73).

Efectivamente, los medios de comunicación no son neutros. Llevan dentro los valores particulares del emisor y afectan cómo nosotros nos comunicamos. Por ejemplo, la comunicación de masas, en la que una persona se dirige a muchos, refuerza y crea un sentido de poder central. Así es como sutilmente mina la idea de comunión y comunidad, y ayuda a formar un tipo de público más dócil y sumiso.

### ***1. Teología contextual de la comunicación***

Su primera característica es que sea una teología *contextual* o *teología en el contexto*, que es un método de reflexión del mensaje cristiano que tiene en cuenta la situación vital, social y cultural del tiempo y del lugar en que es elaborada. Se trata,

en otras palabras, de una reflexión teológica que recoge la sensibilidad del momento, que lee los signos de los tiempos, que intenta responder a los problemas que hay que afrontar en el ámbito de la Iglesia o en la sociedad. En realidad, toda teología es un contexto.

Uno de los contextos es el fenómeno informativo, comunicativo e interconectivo.

### ***2. Iglesia que escucha y dialoga***

También es necesaria la escucha directa del hombre de la calle, a quien esta teología atribuye una forma particular de *magisterio* o de enseñanza para el teólogo, distinta de los libros.

“El Concilio... no puede dar prueba mayor de solidaridad, respeto y amor a toda la familia humana que la de *dialogar* con ella acerca de todos los problemas”. (*Gaudium et Spes*, 1965: n. 3. *Cursivas nuestras*)

El diálogo es indispensable en la teología contextual. El diálogo se hace con las culturas, con las religiones y con las otras disciplinas, como la comunicación, la informática, la psicología, la antropología, la sociología, la fenomenología religiosa, entre otras.

Y, antes de dialogar o como parte del diálogo, hay que escuchar.

Bernard Haring, refiriéndose en concreto a la ética de la comunicación, decía que en el contexto actual pluralista, “Una Iglesia que enseña y que no es ante todo una Iglesia que escucha y que aprende, no está en la misma longitud de onda que la comunicación divina” (Haring, 1979: 155).

Juan Pablo II nos dice: “Hemos de hacer nuestra la antigua sabiduría, la cual, sin perjuicio alguno del papel jerárquico de los Pastores, sabía animarlos a escuchar atentamente a todo el Pueblo de Dios” (Juan Pablo II – 2001 - *Novo Milenio Ineunte*, n. 45).

El paso ulterior consiste en la recepción, contraste y análisis de estas informaciones a la luz de la revelación cristiana.

La Iglesia debe pedir ayuda y retroalimentación de los demás para poder conocerlos mejor y así poder amarlos y comunicarse mejor con ellos.

### ***3. Génesis de la teología de la comunión***

Otra característica de la teología de la comunicación es que debe ser una teología de la comunión. Las tecnologías podrían ayudar a esta comunión.

He aquí un breve recorrido de la teología de la comunión, basado en sus principales exponentes:

Jesús dijo que la comunión entre sus seguidores será el signo de la credibilidad de su misión: “Que todos sean uno, como tú, Padre, estás en mí y yo en ti, que también ellos sean uno en nosotros, para que el mundo crea que tú me enviaste” (Jn 17, 21-22).

El Vaticano II retoma este mensaje: “La Iglesia es en Cristo como un sacramento o señal e instrumento de la íntima unión con Dios y de la unidad de todo el género humano” (LG, 1964: 1); “El Espíritu Santo unifica a la Iglesia en comunión y ministerio..., y la conduce a la unión consumada con su Esposo... Así se manifiesta toda la Iglesia como ‘un pueblo reunido en virtud de la unidad del Padre y del Hijo y del Espíritu Santo’” (LG, 1964: 4).

“Con su obra Cristo consigue que todo lo bueno que hay ya depositado en la mente y en el corazón de estos hombres, en los ritos y en las culturas de estos pueblos no solamente no desaparezca, sino que cobre vigor y se eleve y se perfeccione para la gloria de Dios... y felicidad del hombre” (LG, 1964: 17).

La comisión pedida al final de *Inter Mirifica* para elaborar otro documento mejor sobre la comunicación, puso a la comunión como primera palabra de su documento y su concepto central: “La comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social y de sus instrumentos” (*Communio et Progressio*, 1971, n. 1).

Pero es durante el papado de Juan Pablo II (1978-2005) cuando el concepto de Iglesia-comunión se desarrolla más en varios documentos:

■ Juan Pablo II habla por primera vez de la Iglesia como comunión en forma bastante amplia: entre la comunión y la misión existe una profunda unidad. En efecto:

...se compenetran y se implican mutuamente, hasta tal punto que la comunión representa a la vez la fuente y el fruto de la misión... Siempre es el único e idéntico Espíritu el que convoca y une a la Iglesia y el que la envía a predicar el Evangelio hasta los confines de la tierra. (Juan Pablo II, *Christi Fideles Laici*, 1988, n. 32)

■ Y el Papa lo vuelve a tratar en la *Redemptoris Missio* (1990, n. 37) y otros documentos:



***Dulles señala que el modelo de comunión o de comunidad o de diálogo tiene sus fundamentos en la teología dialógica, una teología que encuentra valor en el mundo del cual, por lo tanto, podría aprender.***

Ante un mundo roto y deseoso de unidad es necesario proclamar, con gozo y fe firme, que Dios es comunión, Padre, Hijo y Espíritu Santo... el cual llama a todos los hombres a que participen de la misma comunión trinitaria. Es necesario proclamar que esta comunión es el proyecto magnífico de Dios (Padre); que Jesucristo, que se ha hecho hombre, es el punto central de la misma comunión; y que el Espíritu Santo trabaja constantemente para crear la comunión y restaurarla cuando se hubiere roto. Es necesario proclamar que la Iglesia es signo e instrumento de la comunión querida por Dios, iniciada en el tiempo y dirigida a su perfección en la plenitud del Reino. (Juan Pablo II, *Ecclesia in America*, enero 1999, n. 33).

Hacer ver a la Iglesia como casa y escuela de la comunión: éste es el gran desafío que tenemos ante nosotros en el milenio que comienza, si queremos ser fieles al designio de Dios y responder también a las profundas esperanzas del mundo. (Juan Pablo II, *Novo Millennio Ineunte*, 2001, n. 43).

Para ello indica que hace falta *promover una espiritualidad de la comunión*. Esta espiritualidad significa ante todo una mirada del corazón hacia el misterio de la Trinidad, que habita en nosotros, y cuya luz ha de ser reconocida también en el rostro de los hermanos, que están a nuestro lado.

Espiritualidad de la comunión significa, además, capacidad de sentir a todo hermano, especialmente al *hermano* de fe, en la unidad profunda del Cuerpo mis-

tico y, por tanto, como “uno que me pertenece”, para saber compartir sus alegrías y sus *sufrimientos*, para intuir sus deseos y *atender a sus necesidades*, para ofrecerle una verdadera y profunda amistad. Espiritualidad de la comunión es también capacidad de *ver ante todo lo que hay de positivo en el otro*.

Esto exige una preocupación por la comunicación interna y externa.

La Conferencia Episcopal Venezolana se preparó para su Concilio Plenario Venezolano. Y en su XXIII Asamblea Extraordinaria (19-22 octubre 1999) asumió la comunión como línea teológico-pastoral del Concilio Plenario (N. 23). (CPV, 2006: 15)

Hay tres capítulos del Concilio Plenario Venezolano dedicados, por completo, a la Iglesia Comunión: “La comunión en la vida de la Iglesia en Venezuela” (capítulo 2), “Obispos, presbíteros y diáconos al servicio de una Iglesia Comunión” (capítulo 9) e “Instancias de comunión del Pueblo de Dios para la misión” (capítulo 11).

Más tarde, Aparecida (Celam, 2007) dedica todo el capítulo quinto a la Iglesia como comunión. Hay una primera parte, más teológica, dedicada íntegramente a ella (Aparecida 154-163).

#### ***4. La teología de la comunión no es exclusiva***

Esto no quiere decir que el modelo de Iglesia Comunión sea el único para el momento actual. Avery Dulles destacó en el Vaticano II cinco modelos de Iglesia: la Iglesia como institución o jerarquía, la Iglesia como heraldo, la Iglesia como sacramento, la Iglesia como comunión y la Iglesia como servidora. (20). Según él, a cada modelo de Iglesia corresponde un tipo característico de comunicación. Pero así como ningún modelo exclusivo de Iglesia proporciona una descripción completa de ella, de la misma manera ningún tipo de comunicación satisfará completamente las necesidades de comunicación de la Iglesia.

Dulles señala que el modelo de comunión o de comunidad o de diálogo tiene sus fundamentos en la teología dialógica, una teología que encuentra valor en el mundo del cual, por lo tanto, podría aprender. Dios es a la vez Creador del mundo y Redentor, por consiguiente puede hablar una palabra de salvación en cualquier creación. El método de comunicación favorecido por este modelo es el diálogo, un diálogo que ayuda a provocar la comunión de Iglesia.

### III. Hacia una teología de comunión en tiempos de interconectividad y del compartir en redes

Los lugares eclesiales para la comunión que se mencionan en Aparecida son todos intraeclesiales. Pero Dios Comunión actúa también fuera de la institución eclesial.

“El cristianismo es una religión universalística. Por lo tanto, el Dios del cristianismo está por encima de las culturas, se está encarnando continuamente en toda cultura”. (White, 2007: 2).

“La comunión intraeclesial no se puede separar de la comunión con toda la humanidad” (Trigo: 95).

Los cristianos deberían ser un ejemplo como comunidad, abriéndose también fuera de ella.

El cristiano debe hacerse presente en las redes sociales y en el mundo del Internet con el fin de construir un mundo unido y en comunión.

Por desgracia el Internet está siendo usado muchas veces para la división, el insulto y la descalificación.

Pero la primera beneficiada por la interactividad sería la Iglesia. Uno de los problemas de la Iglesia es la falta de diálogo dentro y fuera de ella. Muchos líderes de la Iglesia usan la palabra *diálogo* en sus discursos, pero la realidad no corresponde a estos discursos. La interconectividad puede fomentar el diálogo, si se la usa de una forma personalizante.

Además, la interactividad ayuda a eliminar la pasividad. Los instrumentos interactivos de comunicación juegan un papel fundamental en estimular la libertad de expresión y los procesos de negociación en todas partes.

#### 1. ¿Cómo relacionar la interconectividad con Dios?

Lo primero que se necesita es una auténtica teología de comunicación. Ésta es una vieja demanda, aplicada al Internet: “Instamos a proseguir la investigación y el estudio continuos, incluyendo ‘la elaboración de una antropología y una verdadera teología de la comunicación’ (*Aetatis Novae*, n. 8), con referencia específica a Internet” (Documento del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. *La Iglesia e Internet*, 22 febrero 2002, n. 9).

Pero antes habría que definir cuál es la función de la teología. Robert White sostiene que:

...una ‘buena’ teología nos capacita para ver la presencia de Dios con mucha precisión y unirnos a la acción de Dios. El



**(...) la teología basada en el texto ha perdido su habilidad de influir directamente en una gran parte de esas culturas que ahora buscan imágenes y narrativas como las maneras de guardar el conocimiento y entender el mundo, y el discurso teológico se vuelve ampliamente irrelevante para el mundo moderno.**

problema es tener una teología de la comunicación, que discerna qué es realmente lo que comunica un Dios amoroso... Pero *nuestra teología actual de comunicación tiene deficiencias*. Por desgracia, los símbolos comunicativos de la Iglesia actual no señalan la presencia de Dios. La gente no *experimenta* a Dios en esos símbolos. Siente que puede encontrar a Dios en otros sitios no relacionados con la Iglesia: la naturaleza, la espiritualidad... (White, 2007: 2. *Cursivas nuestras*)

Uno puede preguntarse: ¿En qué elementos de la cultura Dios está activo y la gente puede encontrar la presencia de Dios? (White, 2007: 3). Éste es uno de los retos de hoy.

#### 2. ¿Cómo debe ser la nueva teología de la comunicación?

Debe pasar de una teología proposicional a otra de mayor expresión espontánea.

La teología proposicional de la comunicación enfatiza la universalidad y el no cambio. Aparece en los documentos oficiales de la Iglesia, como las cartas pastorales, los documentos sinodales, las normas legales. Su modelo de educación religiosa es el catecismo.

Los teólogos y pastoralistas necesitamos esos documentos para nuestro curso y actuar. Pero debemos recordar que la sociedad postmoderna es antiinstitucional, antihistórica y antiautoritaria, rechaza los *grandes relatos* y también a los

*portadores de la suma verdad*, ya que hoy está más claro que nunca *que nadie puede saberlo todo*. No acepta que le hablen desde una *cátedra*, que quiere instruir a los pobres ignorantes. Por ello la pastoral debe ser *desde abajo*, no *desde arriba*. Hay que ofrecer a los hombres que viven en este tiempo *digital* los signos necesarios para reconocer al Señor, los signos adaptados a su contexto cultural.

Por cierto, los medios de comunicación de masas, la publicidad, etcétera, nos enseñan cuál es la expresión más adaptada al momento actual: que sea corta y clara, que capte la atención, que resuma una posición y que use la narración, las imágenes y el discurso emocional.

La cultura oral tiene sus características: narraciones, recursos de memoria, fórmulas, rimas, eventos y personas concretas.

La cultura con escrituras construye el conocimiento con análisis y críticas.

La teología cristiana comenzó con la narrativa. Después pasó a ser una disciplina estrechamente razonada, analítica, textual. Hoy los medios de comunicación vuelven a algunos modelos orales (la narración) y en el Internet a los enlaces hipertexto y a otros dispositivos.

Hoy la teología basada en el texto ha perdido su habilidad de influir directamente en una gran parte de esas culturas que ahora buscan imágenes y narrativas como las maneras de guardar el conocimiento y entender el mundo, y el discurso teológico se vuelve ampliamente irrelevante para el mundo moderno.

Esto no significa, sin embargo, que las personas han perdido el interés en la teología. Todavía buscan las respuestas a las preguntas teológicas básicas, pero las buscan en su mundo de los medios de comunicación. El cine y la televisión constantemente muestran el problema del mal (representado por los demonios y otras amenazas), la presencia benévola fuera de la tierra (a menudo visto en los visitantes del espacio exterior), la posibilidad de un salvador (por ejemplo, en la película *Matrix*), el intenso interés por la angelología. Parecería que los escritores, productores, directores y las personas de los medios de comunicación se han convertido en los teólogos de hoy en la medida en que direccionan las preguntas importantes de la teología: ¿cómo hablamos hoy nosotros de Dios? ¿Cómo experimentamos a Dios? ¿Cuál es el propósito de nuestras vidas? (Soukup 2001, in Eilers, 50).

Esto no significa que a esa teología académica le falte un lugar o un propósito.

Solo significa que esa teología debe cuidar más de la comunicación. (Soukup 2001. En: Eilers, 51).

La comunicación personal y la comunicación de Iglesia deben prepararse en el silencio, escuchando a Dios y a nosotros mismos. Debemos permitir la libertad a los otros, poniendo de lado nuestros deseos para la dominación y el poder. Aquí, como siempre, Cristo es nuestro modelo, Cristo no se aferró a la Santidad, pero se vació, asumiendo la naturaleza de un esclavo (Phil. 2:7) (Soukup 2001. En: Eilers, 62).

### 3. ¿Dónde encontrar a Dios?

Éste es un interrogante generalizado, ya que “a Dios nadie lo ha visto” (Juan 1, 18).

Uno de los sitios más importantes para encontrar a Dios es en los grupos pequeños, en los grupos donde se comparte la fe a través del diálogo, en los grupos de oración espontánea, en los grupos de reflexión bíblica, en el discernimiento mutuo, en la expresión espontánea y personal de una experiencia, cuando la gente habla desde el corazón, con una convicción personal. (White 2007).

Pero el uso masivo del Internet en actividades religiosas y espirituales plantea algunas preguntas fundamentales:

#### ¿Se puede encontrar a Dios en Internet?

Puede una persona conocer a Dios en la red? ¿Puede el Señor hablar en el siglo XXI a través de nuevos canales, a través de tecnologías todavía insospechadas?

Las estadísticas nos dicen que aumenta exponencialmente el número de personas (hasta millones), que se casan tras haberse conocido inicialmente a través del Internet. Es un ejemplo claro de que la red puede ser un lugar fundamental para el encuentro interpersonal, que comienza siendo virtual y pasa luego a ser fáctico.

“Si en Internet podemos entablar una verdadera amistad, un amor conyugal... ¿podría una relación así llevarnos a descubrir al Señor? La respuesta es un rotundo sí”. (Izuel, 2009: 33)

Efectivamente, las estadísticas nos dicen que, en países con una mayor implantación de Internet como EE.UU., crece el número de personas, especialmente entre los jóvenes, cuyo primer contacto con la Iglesia es cibernético. Lo mismo podríamos decir de miles de relaciones pastorales auténticas que comien-

zan o se dan solo en Internet: enseñanza, orientación, consejo, acompañamiento...

Hay grupos o círculos de oración, especialmente en las redes sociales, donde se está dando un fenómeno de búsqueda mutua para unirse en la plegaria.

Aumentan exponencialmente, gracias a la web 2.0, los creyentes que se asocian espontáneamente en torno a un interés común: orar por una persona conocida, hacer campaña por una causa común, defender una postura moral u oponerse a una ley injusta.

Por otra parte, el Internet da cabida de una forma prioritaria al arte, y el arte es un medio para la fe. “El artista refleja sobre la fe y la expresa en lenguajes nuevos, traduciendo los mensajes en colores, músicas, espacios, formas y texturas nuevas que la gente pueda no sólo ‘entender’, sino también sentir. En la liturgia la música ha jugado un papel central. El Internet es un campo abonado de expresión artística cristiana donde encontramos portales llenos de buen hacer artístico en todos sus géneros: artes plásticas, poesía, humor, cine... Especial mención merece la extensa presencia de músicos cristianos en la red”. (Izuel, 2009: 12). La cibercomunidad está creciendo hasta convertirse para muchos cristianos en su comunidad primaria” (Izuel, 2009: 31).

Esto plantea nuevas preguntas: con las nuevas redes sociales, ¿habrá una nueva eclesiología? ¿Cómo será la Iglesia del futuro? ¿Se mantendrá la estructura parroquial como la hemos conocido? ¿Hay rasgos de auténtica comunidad en la ciberiglesia? El arrollador éxito de las redes sociales va a influir en la forma en que es percibida la comunidad y la organización eclesial.

Aunque esta ciberiglesia no puede sustituir a la comunidad cara a cara, real e interpersonal (Documento del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. *La Iglesia e Internet*, 22 febrero 2002, n. 9), ciertamente puede complementarla y ampliar su ámbito de influencia.

Asimismo la teología debe iluminar los diversos campos de la ciberética, que se indicaron al principio, especialmente la propiedad intelectual y la ética del compartir.

#### JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA

*Sacerdote jesuita. Comunicador social. Miembro fundacional de la revista Comunicación.*

## Referencias

- CONFERENCIA EPISCOPAL LATINOAMERICANA (Celam) (2007): *Aparecida*. Documento.
- COMMUNIO ET PROGRESSIO, 1971.
- HÄRING, Bernard (1979): *Free and faithful in Christ*. NY: Seabury Press. p. 155.
- IZUEL, Juan (2009): “La Pastoral en Internet”. En: *Imágenes de la fe*, N° 438, Diciembre 2009. Madrid: PPC, S.A. p. 34.
- MARTÍNEZ DE TODA, José (2009): “El Dios comunión: repercusiones sociales y comunicativas”. En: *Comunicación, Cultura y Misión. Perspectivas para América Latina*. Quito: Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (Oclacc). pp. 66-84.
- OLLERO TASSARA, Andrés (2010): *La crítica de la razón tecnológica: Benedicto XVI y Habermas, un paralelismo sostenido*. Ponencia presentada en la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas el martes 25 de mayo de 2010. El autor es catedrático de Filosofía del Derecho de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. ZENIT.org., 29 de mayo de 2010.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES (22 febrero 2002): *La Iglesia e Internet*. Librería Editrice Vaticana, 00120 Città del Vaticano.
- SOBERÓN, Leticia (2009): “La inteligencia conectiva en la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL)”. En: *Signo y Pensamiento* 54, Volumen XXVIII, enero-junio 2009. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. pp. 301-316.
- SOUKUP, Paul A. (2001): Communication theology as a basis for social communication formation. *Catholic International*, 12 (4), 31-35. También en: F-J. Eilers (Ed.) (2002): *Social Communication Formation in Priestly Ministry*. Manila: Logos Publications, Inc., pp. 45-64.
- TRIGO, Pedro (2009): *Concilio Plenario Venezuela: una constituyente para nuestra Iglesia*. Caracas: Distribuidora Estudios y Centro Gumilla.
- TUCHMAN, Gaye (1978): *Introduction. Hearth and home: images of women in the mass media*. Ed. Gaye Tucuman, Arlene Kaplan Daniels and James Benét. New York: Oxford UP.
- WHITE, Robert (2007): “The current challenges in the Theology of Communication”. 12th Conference “Theology and Communication”. Rome.
- WACC, *Love to Share*. <http://www.waccal.net/noticias/2008/libro/compartirenamor.pdf>