

NO BASTA CON UN CLICK

IGLESIA Y COMUNICACIÓN

Jorge Oesterheld

Prólogo de Antonio Pelayo





NO BASTA CON UN CLICK

IGLESIA Y COMUNICACIÓN

Jorge Oesterheld



Título original: No basta con un *click*

Autor: Jorge Oesterheld

Diseño de tapa: Martín Glass

© 2016, Jorge Oesterheld

© 2016, PPC Argentina S.A.

ISBN: 978-987-740-020-5

Primera edición: abril de 2016

PPC Cono Sur

Av. Callao 410, piso 2

C1022AAR | Ciudad Autónoma de Buenos Aires • República Argentina

t: +54 11 4000.0400 / f: +54 11 4000.0429

www.ppc-editorial.com.ar

e-mail de contacto: ventas@ppc-editorial.com.ar

Esta tirada de 500 ejemplares se terminó de imprimir en el mes de marzo de 2016 en
FP Compañía Impresora S.A. - Beruti 1560 - Florida (1602) - Buenos Aires - Argentina

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11723

Libro de edición argentina / *Made in Argentina*

Impreso en Argentina / *Printed in Argentina*

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier otro medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del *copyright*.

EMPRESA ASOCIADA A LA CÁMARA ARGENTINA DEL LIBRO

PRÓLOGO

Confieso que la lectura de este libro me ha provocado una enorme sorpresa. Agradable, por supuesto.

Me explico: supongo que la única razón por la que se me ha pedido que escriba este prólogo son mis muchos años dedicados a la información en general y a la información religiosa más en particular. He leído, por lo tanto, todos –sin excepción– los documentos magisteriales sobre la materia y conozco al dedillo lo que la Iglesia –la jerarquía más bien– piensa sobre la cuestión. También me he sentido obligado a leer la amplia literatura sobre los medios de comunicación y la Iglesia

Cuando me llegó el libro de Jorge Oesterheld, antes incluso de ojarlo, me pareció que podía ser una más de las obras consagradas al binomio iglesia-comunicación. Las sorpresas comenzaron simultáneamente a la lectura de sus páginas. No, no era lo que se podía esperar (o temer).

Puesto que vamos de confesión en confesión, este libro me ha planteado muchos interrogantes. Me ha obligado a hacerme muchas preguntas a mí mismo sobre el sentido de nuestra misión de comunicadores; me ha desmontado no pocos de los lugares comunes que se vienen repitiendo sobre el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación; me ha confirmado en algunos de mis prejuicios sobre la “oficialidad” de no pocos de nuestros colegas; me ha alarmado sobre el peligro de que la Iglesia –siempre

la jerarquía— no valore en su justa medida el desafío que se le plantea en este campo o se equivoque en su estrategia por ponerse en las manos de cuatro o cinco desaprensivos con pretensiones magisteriales.

Todo lo que antecede justifica más que suficientemente que recomiende la lectura del libro y que felicite a quien ya lo tiene en sus manos o sobre su mesa de trabajo. Libro que me atrevería a calificar de profético. Si a alguno le asusta el adjetivo, le recordaré que la palabra profeta proviene del vocablo griego “prophetes”, que designa no al que anticipa o adivina el porvenir, sino a aquel que habla “en lugar de” o “en nombre de”. En otras palabras, es alguien que interpreta la historia para enderezar el presente y el futuro. En este sentido, nuestro amigo Jorge nos conduce a través del análisis de la coyuntura mediática a la raíz del problema que nos interesa: ¿cómo comunicar de forma creíble y eficaz la persona de Jesucristo, su Buena Noticia? ¿Cómo evangelizar en un mundo de transformaciones tecnológicas en constante progresión? Y aquí nuestro autor nos da una respuesta: “el Evangelio habita en hombres y mujeres de carne y hueso, no en papeles”.

Mientras leía este libro Francisco publicó su Exhortación Apostólica “La alegría del amor”. Oesterheld nos da algunas claves sobre “su sorprendente protagonismo en todos los medios de comunicación contemporáneos”. “Francisco—escribe un poco más adelante— es eficaz usando la originalidad del lenguaje y los signos que encontramos en el Evangelio... Jesús no era un experto en comunicación institucional, era algo más simple y difícil: era coherente, claro, directo. No tenía nada que ocultar, no había en Él segundas intenciones”.

La conclusión de Francisco es sencilla pero contundente: “el compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad

de un comunicador". Por eso: "él se pone juego a sí mismo –nos dice quien trabajó con el entonces arzobispo de Buenos Aires muchos años–, se arriesga, dice lo que piensa y siente, vuelve sobre sus pasos cuando se da cuenta de que no es comprendido y aclara lo que quiso decir. No elude los temas complejos y los trata con palabras comunes. Huye de los tecnicismos que aportan precisión pero que confirman un lenguaje inaccesible para la mayoría. Prefiere las imprecisiones del lenguaje común, se arriesga a utilizar palabras que puedan ser interpretadas de muchas maneras e incluso a inventar palabras nuevas".

Al cerrar la última de las páginas del libro que hoy tengo el honor de prologar me dije: "No ha sido tiempo perdido, todo al contrario". Y bien sabe Dios que no es siempre este el balance que se hace al acabar una lectura.

Antonio Pelayo

INTRODUCCIÓN, UN LENGUAJE ORIGINAL

Es habitual escuchar que la Iglesia debe cambiar su lenguaje para comunicarse con las personas, que las palabras y las formas que utiliza son anticuadas y que en nuestro tiempo no se entienden. Sin dudas hay mucho para crecer en esa dirección y todos los esfuerzos que se hagan serán bienvenidos. Pero todo parece indicar que la dificultad es más profunda, que no es solamente una cuestión de lenguaje o palabras más o menos adecuadas.

Hay misioneros que apenas conocen la lengua de los destinatarios de sus discursos, consejos u homilías y que, sin embargo, llegan a los corazones y logran transmitir lo más importante del mensaje de Jesús. Hay también excelentes oradores que conocen todas las técnicas y las palabras exactas para llegar a sus auditorios y no logran transmitir lo que se proponen. La diferencia entre uno y otro no se encuentra en ningún curso de oratoria ni en algún entrenamiento para la utilización de los medios. Es necesario ese fuego interior que tiene solamente el que habla desde la experiencia. Es el fuego que movía a los apóstoles después de Pentecostés, es el fuego que Jesús mismo nos dice que ha venido a traer a la tierra “y ¡cómo quisiera que ya estuviera ardiendo!” (Lc 12,49)

La única manera de llegar al corazón del otro es con un mensaje que brota del propio corazón. Es imposible comu-

nicar el Evangelio de otra forma. Sin usar el corazón podemos transmitir chismes de las curias, noticias sobre la Iglesia y hasta enseñar las verdades que contiene el catecismo o la misma Biblia. Pero eso no es evangelizar, eso es algo que puede hacerse sin haber experimentado jamás el amor misericordioso de Dios. La dificultad para transmitir el Evangelio de Jesús radica en que lo que hay que comunicar no es una doctrina religiosa, ni una moral, ni un conjunto de ritos, sino una manera de vivir. Es una experiencia que se va transmitiendo de una generación a otra. Cuerpo a cuerpo.

La Iglesia es la comunidad de los que, desde hace más de dos mil años, domingo a domingo, impulsados por el Espíritu Santo, se reúnen en torno a la mesa de Jesús para alabar al Padre, compartir la Palabra de Dios y alimentarse de un único pan que hace presente al mismo Jesús. Es una comunidad integrada por personas débiles, en su mayoría pobres y que se presenta a sí misma como formada por pecadores que Dios ha perdonado; que defiende la dignidad de cada ser humano y que quiere anunciar a todos los hombres y las mujeres que son hijos de Dios, que Él es un Padre bueno que los ama ¿Cómo se comunica todo esto en la era digital?

No es extraño que naufraguen uno tras otro los intentos de hablar de la Iglesia como si fuera una empresa, o una ONG, o una institución política o de beneficencia. Se trata de una comunidad muy particular que no cabe en las clasificaciones habituales; ahí nace la dificultad de comunicación y ahí nace también su originalidad y su belleza. No es solo una cuestión de lenguaje lo que está en juego cuando hablamos de “Iglesia y comunicación”

La historia de la Iglesia es la historia de una experiencia que se repite y se transmite. ¿Cuál es esa experiencia? ¿Cómo transmitirla en nuestros días? ¿Cómo encontrar las palabras y los gestos adecuados? ¿Por qué tantos en la Igle-

sia no logran comunicarse y tantas iglesias se vacían? ¿Por qué la presencia en los medios y las redes es poco eficaz? ¿Por qué, en la era de la comunicación, los hijos de la Iglesia apenas balbucean mensajes que muy pocos entienden?

Un lenguaje propio

No se trata de encontrar un lenguaje nuevo sino de redescubrir la originalidad de un lenguaje propio y único. Ese lenguaje propio está formado por signos y palabras transmitidos de generación en generación, que desde hace dos mil años ha puesto en comunicación a los discípulos de Jesús con hombres y mujeres de todas las razas y culturas. Para utilizarlo hoy, es preciso conocerlo y saber ponerlo en contacto con la realidad de cada lugar y en cada momento.

Para redescubrir ese lenguaje siempre sorprendente es necesario un doble esfuerzo. En primer lugar, bucear en el acontecimiento clave de la vida de la Iglesia: el momento de su nacimiento y la experiencia de los primeros discípulos. En segundo, comprender la realidad de la comunicación del mundo en el que vivimos en el siglo XXI.

Ambos pasos son necesarios. En esos días que siguen a la muerte y resurrección de Jesús de Nazaret nace una forma de comunicación tan única y original como el sorprendente acontecimiento al que hace referencia. Por otra parte, en estos días de transformaciones tecnológicas, aparecen oportunidades nuevas para desplegar ese lenguaje muy antiguo, cargado de historia, y a la vez joven y pleno de belleza.

¿Cómo se va forjando ese lenguaje original propio de la Iglesia? Para averiguarlo es necesario mirar atentamente cómo fueron esos primeros pasos en la transmisión del mensaje cristiano y cómo fue evolucionando a lo largo de los siglos.

Los primeros cristianos estuvieron en contacto directo con Jesús de Nazaret y ese encuentro con Él cambió para

siempre sus vidas. Ellos comenzaron a vivir de una manera nueva, que llama la atención, genera una inquietud entre quienes los conocen. En contacto con esos hombres y mujeres transformados por su encuentro con Jesucristo otros fueron a su vez transformando sus vidas y viviendo una experiencia similar a la de aquellos primeros testigos.

Pasado el tiempo desaparecieron los que habían visto al Señor con sus propios ojos y lo habían tocado con sus manos; entonces comienza una etapa completamente diferente, la transformación de los nuevos cristianos se producía por su contacto con aquellos que habían sido transformados por los apóstoles y los miembros de la primera comunidad. Luego se da un tercer paso: ya no se experimentaba un contacto físico y directo con Jesús, ni tampoco con los que habían estado con él. Se conoce a Jesús por el contacto con comunidades que tenían su origen en la experiencia de alguno de los primeros testigos.

En ese clima se escribieron los evangelios, pero fue mucho más tarde que esos evangelios llegaron a todos. A los primeros cristianos lo que los transformaba en nuevas criaturas no fueron los textos sino la vida de los que habían sido transformados. Hay que tener en cuenta un dato: transmitir los textos no era fácil y casi todos eran analfabetos o casi analfabetos. La clave entonces no fue el contacto con los textos sino el encuentro con las personas que habían vivido la experiencia que los había transformado.

A medida que fue pasando el tiempo los textos fueron llegando a más personas, pero es importante recordar que, mucho más tarde, la difusión fue verdaderamente masiva. Recién en el siglo XX el mundo superó significativamente el analfabetismo y las palabras impresas estuvieron al alcance de todos. Hasta entonces los textos eran escuchados, no leídos, muy pocos accedían a ellos habitualmente. La trans-

misión de la fe no fue hecha a través de textos sino de personas. El Evangelio habita en hombres y mujeres de carne y hueso, no en papeles.

La difusión progresiva de los textos tuvo una consecuencia muy positiva, aumentó el número de personas que conocieron el mensaje de Jesús. Otra consecuencia no tan buena: fueron multiplicándose aquellos que sabían los textos pero no tenían la experiencia. Surgió una nueva población, la de los que conocían el mensaje y procuraban llevarlo a sus vidas a través de la práctica de aquello que descubrían en los textos, pero sin haber experimentado lo mismo que los que habían visto al Señor y sin haber entrado en contacto con personas que habían experimentado la transformación que ese contacto producía.

En ese contexto hay que analizar el tema de la comunicación entre la Iglesia y la sociedad. La prensa y los medios multiplicaron hasta el infinito los textos pero no la experiencia del encuentro con el Señor. La transmisión de los textos no es suficiente; solo prepara el camino, invita, despierta la inquietud; pero solamente hasta ahí llega su fuerza. Falta el paso decisivo, el encuentro personal de cada uno con Jesús, el Galileo que transformó la historia y cambia las vidas de los que se acercan a Él.



PRIMERA PARTE

UN NUEVO ESCENARIO

I

DESAFÍOS INESPERADOS

Dispositivos que cambian el mundo

Las actuales tecnologías de la comunicación han generado una transformación cultural de dimensiones y consecuencias incalculables. Algunos quieren ver en estos cambios solo una moda pasajera, algo que dentro de un tiempo solamente servirá para afirmar, una vez más, que nada importante ha cambiado. Otros no piensan así; están convencidos de que los cambios apenas han comenzado y de que el momento que vivimos es tan prometedor como desafiante.

Adhiero a esta segunda posibilidad. Creo que, con nuestras computadoras y teléfonos celulares, debemos parecernos a aquellos propietarios de los primeros automóviles que seguramente estarían deslumbrados por el instrumento novedoso con el que contaban, pero no podían imaginar entonces lo que llegaría a ser la industria automotriz y, menos aún predecir lo que sería con el paso de los años el automóvil como objeto transformador de la vida cotidiana. Es probable que se sorprendieran al percibir las ventajas prácticas que tenían esos inventos tan asombrosos, que hacían tanto ruido, eran tan caros, y resultaban bastante peligrosos; pero no creo que pudieran ni siquiera sospechar las transformaciones culturales, económicas y políticas que esos extraños

carros con motor estaban a punto de provocar. Nadie por entonces hubiera relacionado esos prácticos descubrimientos con, por ejemplo, las monstruosas guerras que se avecinaban por el control de los países con petróleo.

Antes de que el mundo comenzara a llenarse de automóviles, había empezado, con el invento de la máquina a vapor (otro aparato), lo que hoy llamamos “la revolución industrial”. La combinación de fábricas, ferrocarriles y electricidad al principio era tan solo una forma más rápida y cómoda de producir y desplazarse, pero de ahí nació un mundo nuevo. Surgieron ciudades, se modificaron fronteras. Lo novedoso de los aspectos técnicos fue rápidamente superado por otro tipo de fenómenos. Por ejemplo, en ese contexto nacieron las doctrinas económicas liberales, y como reacción a ellas las diversas variantes del marxismo; y, a su tiempo, como reacción a ambas, aparecieron muchas otras teorías y puntos de vista sobre el hombre y la sociedad. Incluso la Iglesia Católica desarrolló su propia Doctrina Social.

Simplificando un poco podemos decir que el mundo tal como lo conocemos hoy es fruto de esos aparatos, esos artefactos, inventos humanos que se plasmaron en cosas que modificaron la vida. Es obvio que la historia no comenzó con esos artilugios, y que ellos mismos son, a su vez, fruto de siglos de pensamientos y trabajos. Pero, también es verdad que la aparición del resultado técnico concreto de la investigación, eso que estamos llamando familiarmente “el aparato”, la cosa palpable, llámese locomotora, coche, teléfono o computadora, repito, la aparición de “eso” desata un vendaval de novedades insospechadas.

Repentinamente la historia cambia de rumbo, la economía se trastoca, aparecen corrientes filosóficas nuevas, la educación deja de ser lo que era y hasta se desatan nuevas

guerras. La lista de novedades puede ser muy larga y es bien conocida.

Ahora manipulamos computadoras, tabletas y todo tipo de dispositivos electrónicos, sin saber lo que la aparición en escena de estas sorprendentes creaciones del ingenio humano están provocando y, mucho menos, lo que significarán en el futuro.

Sin embargo, hay una diferencia importante entre los inventos que generaron la revolución industrial y las tecnologías que ahora nos asombran. Aquellos afectaban la producción, el trabajo, los desplazamientos; lo que ocurre ahora apunta más al corazón de hombres y mujeres y toca fibras mucho más fundamentales: las nuevas tecnologías modifican la manera en la que nos comunicamos y al tocar ese punto lo transforman todo. La comunicación afecta lo más esencial de cada ser humano y de la sociedad. Se está modificando la comunicación a nivel planetario, a nivel local, y también la comunicación con los amigos y la familia; está cambiando nuestra comunicación con las generaciones pasadas y con las futuras; y, lo más importante: estas tecnologías modifican nuestra manera de pensar y de sentir, afectan la comunicación con nosotros mismos y con las comunidades a las que pertenecemos. Modifican nuestra relación con aquello en lo que creemos, en lo que apoyamos la vida.

Futuro

¿Hacia dónde van esos cambios? ¿Cómo será ese mundo que rápidamente se acerca? Esas son las primeras preguntas que se nos ocurren. En realidad son preguntas viejas, mejor dicho, anticuadas. Son las preguntas hijas de la ansiedad de los que siguen viendo el mundo con el paradigma anterior. Probablemente lo más sorprendente de estas nuevas tecnologías es que están eliminando este tipo de interrogantes

por un motivo tan simple como estremecedor: no tiene sentido la pregunta porque ya no hay futuro, al menos, con el significado que esa palabra tenía hasta hace poco.

La noción del tiempo, y con ella la incertidumbre por lo que va a ocurrir, se está transformando. La misma dinámica de los acontecimientos va haciendo desaparecer el tiempo como secuencia antes-después y por lo tanto la idea de causa y efecto. Ahora los hechos que inciden en el futuro ocurren simultáneamente, todo es causa y efecto de todo; no tiene sentido distinguir entre el huevo y la gallina. Poco a poco va desapareciendo aquella idea simple de progreso según la cual el pasado es causa del presente, y éste a su vez del futuro, de una manera lineal y secuencial. Ahora infinidad de sucesos ocurren simultáneamente, y se generan y modifican unos a otros sin que sea posible establecer un encadenamiento lógico.

Esta situación puede confundirnos o desorientarnos; fuimos formados en un esquema diferente, más “racional”, más “científico” ¿Pero acaso el racionalismo y el cientificismo en los que se fue moldeando la manera de ver el mundo hasta el siglo pasado, realmente servían para predecir el futuro y ofrecernos la tranquilidad que da lo previsible? Ahora empezamos a ver claro que ofrecieron solo una ilusión de progreso y, peor aún, una ilusión de comprensión. Ahora el futuro es inimaginable, pero hace cincuenta años ¿lo conocíamos?

En realidad fue un espejismo que se mantuvo vigente a pesar de las voces que advertían la ceguera que eso implicaba. Esas voces eran de monjes, poetas, artistas, chamanes, gurúes, clérigos, y una multitud de grupos alternativos, que generaban subculturas en búsqueda de experiencias y respuestas trascendentes, mientras otros solo pensaban en llenarse los bolsillos o acumular poder.

Intentar saber hacia dónde van los cambios y hacer un identikit del futuro, es una reacción propia del siglo pasado. Ahora la pregunta primera y casi única es sobre el presente. Y no es qué va a pasar ahora, no es una pregunta sobre los hechos. Es más bien dónde quiero estar ahora, qué lugar y qué forma de vivir elijo. No se trata de un lugar físico sino de una conducta, de una postura que se prefiere entre otras posibles. ¿Desde qué valores y actitudes voy a responder a lo que la vida me propone?

Ahora la pregunta y la respuesta no pueden plantearse en el terreno de la eficacia o la conveniencia, ni tampoco en el terreno de la economía o la política. Sorprendentemente, las preguntas y las respuestas de estos tiempos hipertecnificados se plantean en el campo de las creencias, la espiritualidad, la ética y los valores. Las transformaciones tecnológicas impulsan preguntas sobre decisiones humanas y sobre el sentido de esas decisiones.

Sorpresas

Las transformaciones que generan las nuevas tecnologías han venido acompañadas de la reaparición de palabras como meditación, espiritualidad, compartir, comunidad, y varias parecidas. Son palabras que relacionamos más con viejas imágenes de monjes y monasterios que con pantallas, cursores y teclados. La aceleración de los acontecimientos ha provocado un fenómeno impensable hasta hace poco: está asomando algo que suena propio de otros tiempos que se creían superados, algo que asociamos más con el medioevo que con el posmodernismo; está resurgiendo una actitud contemplativa ante la realidad.

¿Por qué “contemplativa”? Porque a medida que van desapareciendo las posibilidades de hacer síntesis racionales, nuestra conducta ante los acontecimientos que presencia-

mos se parece a la de aquellos que contemplan y meditan; no tanto a la de los que piensan y formulan teorías. Los contemplativos son aquellos que están como perplejos ante el misterio de la vida, del hombre, del bien y del mal, y de tantos otros fenómenos trascendentes. Pero no es una perplejidad que lleve a la parálisis sino a una actitud nueva, a otro tipo de intereses y a otros lenguajes.

Ante la magnitud y la aceleración de los fenómenos estamos sorprendidos, solamente mirando; procurando entender desde otro punto de vista diferente al que nos ofrece nuestra inteligencia. Mejor dicho, nuestra propia capacidad de pensar nos avisa que ella sola no puede dar respuestas, que hay que echar mano de otros recursos.

Estos tiempos en los que la tecnología parece haber invadido hasta el último rincón de nuestras vidas, son también tiempos en los que la filosofía, las religiones, las propuestas de autoayuda, las espiritualidades, saturan los estantes de las librerías, los espacios de la red de redes, el cine y hasta las series para la televisión. En el momento en el que entramos en la etapa más sofisticada del pensamiento humano y después de años en los que la ciencia parecía tener la respuesta para todos los interrogantes, recuperan protagonismo las mejores tradiciones religiosas ¿Son acaso dos fenómenos que coinciden por casualidad en el tiempo?

El avance de la tecnología ha multiplicado los interrogantes existenciales y asistimos a un resurgir de búsquedas espirituales y experiencias religiosas, pero, al mismo tiempo, reaparecen los más viejos y peligrosos comportamientos irracionales. En algunos casos puede tratarse de infantiles supersticiones, pero en otros se trata de fanatismos disfrazados de religiones que desatan guerras y violencias asesinas.

II

RESPUESTAS A UN *CLICK*

Una nueva visión

Ante el avance de las tecnologías de la comunicación no solo se esfuman, como categorías mentales, las viejas nociones de futuro y progreso; también se resquebrajan algunas antropologías heredadas, algunos conceptos acerca del ser humano; especialmente hace agua una idea que cierto liberalismo logró grabar a fuego en nuestros cerebros y corazones: la visión del hombre como un ser avaro y sanguinario que solamente quiere competir con sus semejantes para ser más rico y poderoso.

Los conceptos de ese darwinismo, que trasladaba el principio de la selección de las especies al campo de la convivencia humana, venían siendo discutidos por pensadores y políticos desde que por primera vez fueron enunciados, pero no fue en la discusión académica dónde esa concepción de la realidad social comenzó a ser superada. Su fracaso aparece expuesto gracias a una de las más sofisticadas creaciones de ese capitalismo: internet. Cuando fue posible la conexión directa y gratuita, cuando desaparecieron las mediaciones de los políticos, los eclesiásticos y los medios de comunicación, apareció una humanidad diferente. Navegando la red descubrimos que la inmensa mayoría de las personas está hambrienta de cooperación, deseosa de

compartir, entusiasmada con el valor de la vida, con ganas de aprender, asqueada de la mentira y buscadora de valores que ofrezcan un sentido a la existencia de cada uno.

Es cierto que ahora también se pueden ver mejor, están más a la vista, las actividades de los pedófilos, de los violentos, de los discriminadores y de diversas perversiones pornográficas y de otros tipos. Pero el pensamiento instalado hasta hace poco como lo políticamente correcto no ocultaba este tipo de realidades; al contrario, pensadores, políticos, economistas y -hay que decirlo- muchos eclesiásticos, parecían convencidos de que eso era lo que nos definía que el ser humano era algo peligroso para sí mismo y para la naturaleza. La red de redes demuestra que ese tipo de fenómenos son algo marginal cuando los ponemos en un contexto, cuando se los compara con la inagotable riqueza y belleza de la inmensa mayoría de los seres humanos. Internet fue creada para la guerra, pero cuando hombres, mujeres, jóvenes, niños, ancianos, blancos, negros, amarillos, ricos y pobres, se apropiaron de ella, la convirtieron en un eficaz instrumento de paz y en una extraordinaria escuela de convivencia planetaria.

Buscar respuestas de otra manera

Pero las sorpresas continúan: es bueno descubrir que los humanos no somos ese ser avaro y competitivo que nos contaron, pero si nos preguntamos en positivo qué somos, cómo somos ¿cuál es la respuesta? En este terreno la novedad no está tanto en el contenido de las respuestas sino en la forma en la que esas respuestas se buscan y se encuentran.

En otro tiempo estas búsquedas se hacían entre filósofos, sociólogos, psicólogos; incluso entre teólogos u otro tipo de especialistas que se atrevían a avanzar por el campo de la reflexión científica. Ahora todas esas figuras aparecen des-

plazadas del centro de la escena. Las personas comunes no buscan las palabras de esos personajes; hoy se busca “en la red” y es allí en donde se encuentran las respuestas que importan no necesariamente las mejores desde el punto de vista de la ciencia, pero sí las que hay que tener en cuenta porque son las respuestas de “la gente”.

¿Y cómo son esas respuestas? ¿Qué valora “la gente” en internet? ¿Qué pistas se nos ofrecen para la reflexión acerca del ser humano? Si miramos lo que se publica en internet, nos encontramos con que se aceptan como válidas casi todas las respuestas habidas y por haber a las preguntas acerca del misterio del hombre y la sociedad, pero con algunas condiciones.

La primera: la inmensa mayoría solo acepta respuestas que sean positivas, que tengan como punto de partida un reconocimiento del valor indiscutible de cada ser humano. Parece que en esta cultura naciente ya no alcanzan los “derechos humanos”, hay una exigencia de aceptación de los “valores humanos”. Pero hay otra condición, también generalizada, para la aceptación de las teorías de tipo antropológico que puede resultar sorprendente; un criterio de verdad nuevo: para que una teoría sea aceptada no debe ser enunciada por las grandes instituciones políticas, religiosas, mediáticas o que de cualquier manera simbolicen “el poder”.

En la red de redes es sospechosa toda palabra que venga desde las instituciones que han tenido un gran peso en el pasado. Hay una gran apertura para recibir cualquier palabra nueva, siempre y cuando no venga de aquellas grandes corporaciones. Por algún motivo que habría que estudiar detenidamente, es muy común observar en internet que las instituciones más tradicionales son vistas como responsables de algo así como una inmensa estafa de escala planeta-

ria y consideradas incluso las grandes culpables de los males que sufre en la actualidad de la humanidad.

Es interesante observar que en nuestro tiempo cualquiera puede hablar de espiritualidad y escribir libros sobre el sentido de la vida, pero si el que lo hace es Papa, obispo, cura, pastor o representante de cualquier institución, es muy probable que su palabra no logre despertar interés a menos que simultáneamente se manifieste crítico hacia esa institución a la que pertenece. No se rechaza la pertenencia a una institución sino una adhesión irracional a sus postulados. El que pertenece a una institución debe mostrarse libre con respecto a ella. Esto es claramente observable en la simpatía que genera la figura del papa Francisco.

¿Todo esto pretende decir que las actuales tecnologías hacen al hombre mejor y más bueno? ¿Internet inaugura una era sin guerras ni injusticias? No, seguramente surgirán nuevos y complejos desafíos. Lo que sí está claro es que se ha modificado el entorno en el que vivíamos hasta hace muy poco tiempo y que este nuevo entorno es muy positivo para replantear temas profundos y esenciales. Esto no es poco si tenemos en cuenta que, como es bien sabido, el contexto en el que se desarrolla nuestra vida, el ambiente social, el marco de los valores, es un elemento de ineludible importancia. Al modificarse ese marco se modifica el contenido.

Al confluir estos dos fenómenos “la imposibilidad de imaginar el futuro y el derrumbe de esas mentiras antropológicas en las que estábamos atrapados” se genera una nueva manera de percibir la realidad y un nuevo lugar para la conciencia individual. Es en ese contexto que se pueden observar, en las más diversas situaciones sociales, dos tendencias: por un lado una intensa búsqueda de esos valores llamados “espirituales”, aunque aun no esté claro qué se quiere decir con esa palabra; y por otra parte la experiencia

de nuevas formas de vínculos entre los seres humanos, aunque tampoco se las pueda describir con precisión.

Mirarse al espejo

La riqueza del momento histórico que vivimos radica en que las nuevas tecnologías están mostrando un rostro nuevo de la humanidad, y lo que se puede ver ahora parece mucho mejor de lo que se veía antes. Por primera vez, después de siglos y siglos de evolución, en las pantallas de los nuevos dispositivos la humanidad entera puede mirarse al espejo. Es algo similar a lo que ocurrió cuando las misiones Apolo nos ofrecieron fotografías de la tierra desde la luna. Nunca nos habíamos visto a nosotros mismos de esa manera. Nunca como ahora la humanidad ha podido observarse a sí misma.

Es un dato de gran importancia, no un detalle menor. Así como en el plano individual pocas cosas influyen tanto en el desarrollo de la personalidad como la imagen que se tiene de sí mismo, para las sociedades la imagen que tienen de sí mismas también es determinante. La manera en la que se gestan estas imágenes tanto en el plano individual como en el social, es algo complejo de determinar, pero lo cierto es que una vez que se fija una imagen es muy difícil modificarla; solamente ciertos acontecimientos muy fuertes logran producir ese cambio. Si algo nos hace descubrir que somos peores de lo que creíamos sobreviene la parálisis o la depresión. Por el contrario, descubrir que no éramos eso malo que pensábamos desata nuevas fuerzas y nos proyecta hacia mayores transformaciones.

Para sorpresa de muchos, la imagen del hombre común que aparece en internet no es la de una bestia sanguinaria, egoísta y perversa. Ya nada será igual. Quizás, así como resucitan palabras como espiritualidad, comunidad, contem-

plación, meditación, y tantas otras que parecen salidas de un viejo arcón polvoriento, reaparezcan pronto expresiones como “conciencia” o “naturaleza humana”.

Lo curioso es que todas esas palabras vuelven a escena con nuevos dueños. Ya no son propiedad de empresas ni de tradiciones religiosas, filosóficas o políticas. Mucho menos son propiedad de los poderosos. Las nuevas tecnologías han dado a luz un nuevo e insospechado concepto de propiedad intelectual: esas palabras y las realidades humanas y trascendentes que expresan, son de todos, son de nadie. Y están al alcance de la mano. A un *click*.

III

ESPIRITUALIDADES EN RED

¿Cómo se ordenan los datos?

Probablemente, de todos los fenómenos que está generando internet, el que está llamado a provocar las transformaciones más profundas y sorprendentes es la alteración que se ha producido en la manera que las personas acceden al conocimiento. No solo a la información, no solo a los datos, sino a las síntesis, a las teorías, a las comparaciones entre diferentes cosmovisiones políticas, filosóficas o de cualquier orden. Con una computadora y una conexión a la red se accede a infinidad de contenidos y, también, se pueden generar nuevos conocimientos, publicar resultados de investigaciones, conocer procesos científicos, artísticos o políticos, y, además, participar en ellos.

Por este motivo, desde el primer momento, en los ámbitos en los que se reflexiona sobre estas cuestiones, se planteó el tema del ordenamiento de ese extraordinario caudal de conocimientos. Teóricamente cualquiera podría acceder a toda la información, ¿pero cómo se ordena eso? La cuestión del orden es esencial porque para saber no es suficiente acumular datos; lo que importa es ser capaz de utilizarlos.

Apenas iniciada esta discusión sobre la necesidad de establecer alguna forma de jerarquizar los conocimientos,

apareció Google y ordenó todo. No fue un orden cualitativo sino cuantitativo y estadístico. Simplificando un poco, podemos decir que en la red comenzó a ser más verdadero lo que era más consultado, lo que estaba más arriba en los resultados de los buscadores.

Mientras comenzábamos a decir que eso no era un orden, surgieron los eBooks y las revistas digitales, e incluso apareció Wikipedia y generó otra manera de ordenar más lógica, pero en la que las grandes instituciones del saber quedaron en un pie de igualdad con cualquier persona interesada en un tema. Nuevamente: ¿quién ordena? O, casi lo mismo: ¿quién manda?

Poco después el fenómeno se hizo más complejo, aparecieron las redes sociales y aquella verdad, “La Verdad”, de la que nos hablaban los clásicos, volvió a mudarse de casa. Ya no se trataba de un ordenamiento cualitativo, ni lógico, ni cuantitativo, sino ¡afectivo! Comenzó a ser verdad lo que dicen mis amigos, mis fans, mis seguidores o aquellos a quienes sigo y de quienes soy seguidor.

Cuando el criterio de verdad son mis amigos, el principio es éste: es verdadero lo que acepta como tal mi comunidad de referencia. Notemos que este “verdadero”, no se refiere a conceptos, se extiende a casi todo, hace referencia a una manera de vivir, de pensar y de actuar.

Como lo saben aquellos que conocen de estos temas y lo intuye cualquiera que sea un ignorante en la materia, esta descripción que acabo de hacer es muy esquemática, y a lo dicho hasta aquí habría que agregarle infinidad de matices. Además, es probable que mientras esto se termina de escribir ya haya quedado desactualizado. Pero considero que es una descripción general válida para presentar una cuestión que es crucial para quienes comunican desde una institución como la Iglesia Católica: el lugar que ocupan en la vida

de las personas las enseñanzas de la Iglesia, sus opiniones; las palabras y la figura de Jesús de Nazaret; la espiritualidad, o las espiritualidades.

El menú de las espiritualidades

En la cultura contemporánea la expresión “espiritualidad” tiene un significado ambiguo; según quien la utilice puede variar su sentido. Es un fenómeno significativo el hecho de que, gracias a las tecnologías que permiten nuevas formas de acceder a todo tipo de información, las más variadas espiritualidades estén hoy al alcance de la mano de cualquiera. Lo que antes era patrimonio de maestros, escuelas de pensamiento, iglesias, sabios, brujos, chamanes, gurúes y varios más, hoy es de acceso “público y gratuito” para cualquier mortal con ganas de encontrar respuestas trascendentes a sus inquietudes.

Esto plantea un desafío inmenso a los que hasta ahora ejercían el rol de intermediarios y también implica un reto no menor para cualquiera que sinceramente esté buscando respuestas espirituales ¿Por dónde buscar? ¿Con qué criterios? ¿Todo es válido? ¿Nada? Nuevamente: en estos temas ¿Quién “tiene razón”? ¿Quién tiene el poder? ¿Quién manda?

Para dar un paso adelante, hay que decir que este factor que llamamos genéricamente “espiritualidad”, tiene unas características muy propias que lo diferencian de otros temas que pululan en la red. Ante los temas “espirituales” las personas tienen una actitud especial. Para describir en qué consiste esa diferencia un ejemplo nos puede servir: si la cuestión que nos interesara fuera “la neurocirugía”, por algún motivo sería evidente para todos que, para ser una persona capacitada, no es suficiente buscar en internet, o leer un par de libros. Al menos nadie arriesgaría su cerebro en manos de alguien que “estudió” de esa forma. Pero y

este fenómeno es muy interesante y hay que mirarlo atentamente *la misma voz interior* que nos advierte del peligro que sería ponerse en manos de un neurocirujano que “estudió en internet”, nos anima a buscar por nuestra cuenta en el campo espiritual.

Aún más, es una voz que nos invita a desconfiar en los temas espirituales de “los que dicen que saben mucho” y de todo lo que no coincida con lo que en nuestro interior sentimos, intuimos, percibimos como verdadero. Para esa voz, cualquier maestro puede ser interpelado desde “lo que a mí me parece”.

Una voz nueva

Propongo dejar por un momento de lado los discursos de los que nos advierten sobre los peligros de los relativismos morales, filosóficos o de cualquier tipo. O sea, sobre los peligros que encierra una visión de la vida que ha renunciado a la búsqueda de una verdad trascendente y única, una visión que se deja guiar por lo subjetivo, que se apoya solo en opiniones, sensaciones o puntos de vista personales. Y me parece bueno no entrar en esa discusión porque creo que esos riesgos son evidentes. Ya sabemos muy bien lo peligroso que puede ser un mundo poblado por seres que se mueven sin valores, impulsados por la moda, la banalidad, el resentimiento, la avaricia. Ya lo sabemos, porque eso no es algo que puede pasar, es algo que ya pasó. Así es nuestro mundo desde hace bastante tiempo, no desde ahora y por culpa de los “relativismos contemporáneos”. En realidad, gracias a las actuales tecnologías ahora ese mundo es más fácil de ver, y por lo tanto de modificar.

Justamente lo que resulta más urgente es entender por qué se ha instalado en nuestro tiempo una confianza ilimitada en esa voz interior que nos señala el camino en el

terreno de las creencias y las espiritualidades. Esto lleva a hacerse una pregunta: el relativismo y la “ausencia de valores”, en los que ya estamos inmersos ¿son hijos de los errores de quienes se dejan llevar por su propio criterio sin tener en cuenta “la verdad” y “la recta razón”, o son hijos de aquellos racionalismos que marcaron la cultura hasta hace poco y que vaciaron “la verdad” de un contenido real, vital, concreto?

Durante siglos, grandes maestros han disputado entre sí sobre palabras y conceptos, han escrito libros y hasta bibliotecas para argumentar de una u otra forma en defensa de sus puntos de vista. Ahora, toda esa inmensa obra del pensamiento humano, no es discutida por nuevos maestros sino por adolescentes, amas de casa, ancianos, ilustrados o ignorantes, profesionales o comerciantes, en fin, por todo tipo de personas comunes y corrientes. Y lo más notable es que esas personas no interpelan con nuevos y más sofisticados argumentos, sino que simplemente comparan lo que dicen esos maestros con lo que ellos “sienten”, con “lo que a mí me parece”, y, sin titubear, le dan la razón a sus sentimientos y pareceres.

¿Irresponsabilidad? ¿Ignorancia? ¿Capricho? ¿Soberbia? ¿O acaso asistimos a un poderoso resurgir de una nueva voz? ¿no estará resurgiendo una voz largamente silenciada? ¿No será esa voz un nuevo motor de la vida en el campo de la espiritualidad y de las opciones fundamentales de la existencia? ¿no será esa voz aquella que se llamaba en otros tiempos “la voz de la conciencia”? ¿La voz de la conciencia? Sí, habría que preguntarse si lo que ocurre no es el resultado de siglos de racionalismos en los que la conciencia personal fue silenciada por “la voz de la razón” ¿No habrá ocurrido que el pensamiento “racional” no solo enmudeció esa voz interior sino que además ocupó su lugar? Vale la pena pre-

guntarse si este “subjetivismo” que se denuncia como un extravío, especialmente desde algunos centros de “poder espiritual”, no es una sana rebelión que siempre estuvo presente pero que las nuevas tecnologías han potenciado y proyectado a la escena pública.

Los grandes maestros

Una pista para encontrar una respuesta podemos descubrirla si vamos directamente a las palabras de los grandes maestros espirituales sin pasar por los manuales, catecismos, diccionarios, devocionarios y todo ese tipo de literatura que pretende allanarnos el camino ¿con qué nos encontramos?

Nos topamos con que esos maestros nos ofrecen una constante apelación a la conciencia y una sistemática desconfianza hacia la razón y a sus diversas intelectualizaciones de la realidad espiritual. Una búsqueda profunda y sincera entre los maestros espirituales, nos llevará hacia lo que muchos llaman “el sagrario de la conciencia”, al servicio del cual están la razón y todas las demás instancias de la persona.

Internet aparece entonces como un extraordinario aliado de esa búsqueda de una auténtica espiritualidad, porque la red de redes, por su manera de funcionar, actúa como esos buenos docentes que nos conducen sin preámbulos a los clásicos. Internet nos pone en contacto directo con textos salidos de hombres y mujeres extraordinarios; nos permite compartir en primera persona sus búsquedas muchas veces trágicas, y, como todo buen maestro, a cada paso –y sin palabras– nos invita a preguntarnos qué sentimos ante eso que se nos muestra.

La soledad del teclado y la pantalla, la ausencia de alguien que en ese momento nos diga lo que tenemos que decir o pensar, pone en movimiento esa voz interior misteriosa que, en un aula o un templo es fácil de silenciar, pero que

crece y se hace claramente audible ante el silencio; sea éste el silencio de la oración o el silencio de esa ventana luminosa que pone ante nuestras narices las novedades y reflexiones de un mundo fascinante.

Es fácil descalificar a quien argumenta sin argumentos y habla y quiere hacerse entender apoyándose en “un sentimiento”. Más complejo es preguntarnos con seriedad, qué quiere decir una persona cuando rechaza conceptos, investigaciones y libros enteros, diciendo con aparente liviandad que ella “siente que no es así” ¿No será que el racionalismo que nos enseñó a desconfiar de los sentimientos humanos logró borrar de nuestro lenguaje y de nuestras mentes la palabra “conciencia”? ¿No será que al proponerse la cabeza como un lugar seguro, y todo lo que ocurría por debajo de ella como un espacio confuso y peligroso, se borró, a fuerza de ignorarla, la realidad más sublime del ser humano, que no es ni su cabeza ni su corazón, ni su estómago o su sexo, y menos aún su bolsillo, sino ese lugar sagrado en el que suena esa voz misteriosa que es la conciencia de cada uno?

Cuando se dice “yo siento que eso es así”, o “yo no lo siento así”, ¿a qué se está haciendo referencia? ¿No será que usamos la expresión “siento qué”, porque no tenemos otra, porque no solo nos borraron la palabra, sino también la experiencia de referirnos a nuestra capacidad de escuchar esa voz propia, única e irrepetible, que suena en lo mejor de nosotros mismos?

El problema no es entonces preguntarse sobre cuál es la verdad, sino preguntarse algo más interesante: por qué eso a mí me parece que es verdad. La cuestión deja de ser comparar conceptos e informaciones entre sí y comienza a ser compararlos con esa voz que suena en el interior de cada uno. Esto implica empezar a conocer esa voz, aprender a escucharla, saber usar mi inteligencia no solamente

para memorizar conceptos; sumar y restar dinero, adherir o rechazar ideologías, buscar datos útiles o entretenidos. En nuestro tiempo el desafío es aprender a usar la cabeza, y todas las capacidades que se tengan, para conocer y comprender esa voz que suena en nosotros y que insiste hasta que es escuchada.

El desafío es aprender a descifrar los mensajes de esa voz que se expresa, que habla, pero no con palabras sino ¡con sensaciones! Pero no sensaciones superficiales y pasajeras, sino profundas, densas, más sólidas y seguras que muchos pensamientos. Precisamente para eso Dios nos ha dado la prodigiosa capacidad de nuestro cerebro, para entender esas señales que llegan desde lo más profundo de nuestro ser, esas señales que ocultaron los autoritarismos y que, para sorpresa de todos, empiezan a despertar ante el pálido reflejo de las pantallas, en esa soledad y ese silencio, casi monásticos, en los que nos sumergen los infinitos laberintos de las nuevas tecnologías.

Quizás la superación de los relativismos no sea una tarea de tipo intelectual, quizás no consista en confrontar ideas y conceptos diferentes hasta que algunos logren imponerse sobre otros. Quizás la verdad no brote de las ideas sino de la observación y la descripción de los sentimientos más profundos del alma humana.

Es posible que lleguemos a entender a quienes hablan desde “lo que siento”, desde “lo que a mí me parece”, cuando tengamos la valentía de hablar desde ese mismo lugar. Habrá que recorrer esas soledades y esos silencios en los que se aprende a escuchar esa nueva voz, para lo cual, el primer paso, es creer en la propia capacidad de escucharla y, el segundo, es saber que lo que vamos a oír será muy bueno.

IV

NUEVOS HORIZONTES

Un conflicto de poder

Cuando aparecieron en escena los grandes medios de comunicación que acompañaron y potenciaron la revolución industrial, (especialmente televisión, radio y prensa gráfica), las grandes instituciones reaccionaron con desconfianza y ambigüedad. Por una parte eran evidentes las bondades de esas novedades pero por otra estaban también bastante claros los peligros. Nunca fue fácil la relación entre los centros de poder y los medios, (en realidad con los medios de comunicación nunca nadie se llevó muy bien), pero es importante profundizar un poco las causas de esas tensiones.

Este fenómeno es especialmente decisivo en el caso de la Iglesia Católica como una de las instituciones que desde el primer momento ve con claridad las ventajas de esos grandes instrumentos de comunicación y a la vez rápidamente intuye los peligros que aparecen en el horizonte.

Para entender la especial relación de la Iglesia con los medios y la diferencia entre ella y otras instituciones a la hora de relacionarse con ellos, hay que señalar algo que no suele tenerse en cuenta. Cuando aparecen los grandes medios hacía ya muchos siglos que, de hecho, al menos en occidente, la Iglesia Católica funcionaba como un inmenso

medio masivo de comunicación social, en realidad como el único gran medio de comunicación que existía. Ella era la única institución que ponía en contacto ricos y pobres, poderosos y esclavos, intelectuales y analfabetos. Ella era la que estaba presente en los cinco continentes, y en todas las clases sociales, con un discurso que se dirigía a todos por igual y con una notable estructura organizativa y de circulación de los conocimientos y la información.

La tensión que se puede observar desde el primer momento es un conflicto de poder. Cuando se masifican la radio, la televisión y la prensa escrita, lo que está en juego es, nada más y nada menos, el lugar de la Iglesia en la sociedad como institución generadora de sentido. Es bien sabido que los medios de comunicación al comunicar ordenan y comentan los datos, y al hacerlo necesariamente ofrecen una interpretación, un sentido, un orden. Que otros tuvieran la capacidad de llegar a todos y que al hacerlo pudieran ofrecer un sentido, una moral, una visión, una concepción del mundo y de las cosas; es un desafío inmenso para la Iglesia, un desafío que parece que aún no se ha terminado de comprender en toda su dimensión.

Pero la Iglesia no fue la única. Los políticos, los economistas, los intelectuales en general; simplificando un poco, todas las clases dirigentes, sufrieron un impacto similar. Los grandes medios de comunicación fueron adquiriendo una dimensión que se convirtió en un problema también para ellos mismos. Casi sin darse cuenta los periodistas, o las grandes empresas de comunicación, se encontraron con un inagotable poder entre sus manos. El "cuarto poder" no solo controlaba a los otros tres sino que había adquirido dimensiones insospechadas: se había convertido en el gran configurador de una nueva cultura global.

No es el momento de hacer una historia de los medios de comunicación y su influencia, ni es necesario insistir en la importancia que han tenido en la conformación del mundo tal como lo podemos observar ahora, es un fenómeno que está a la vista de cualquiera. Pero sí es posible que sea el momento de preguntarse si no está llegando el fin de esa época marcada a fuego por el poder de los medios de comunicación tal como los hemos conocido. Y, nuevamente, la palabra que pone en cuestión todo lo conocido es la misma, aunque haya que repetirlo una vez más, la novedad tiene nombre propio, se llama internet, la red de redes.

Internet ¿cómo comunica?

¿Es internet un medio de comunicación? Sin lugar a dudas es un medio y nos pone en comunicación. Pero hay algo esencial que la diferencia de lo que ya conocíamos: es un medio que no ofrece un sentido, solo nos conecta, nos brinda toda la información imaginable pero nos deja ante la pantalla solos y en silencio, y con la nada sencilla tarea de encontrar nosotros mismos alguna referencia, un orden, algún punto de partida o de llegada.

Como antes los eclesiásticos, y aquellos que tenían algún poder, miraban con temor hacia los medios, ahora todos, también los medios, miran desconfiados este fenómeno difícil de descifrar. Apareció una extraña criatura, algo diferente a todo lo anterior: algo que solamente comunica. Es decir algo que comunica pero sin valoraciones, sin opiniones, sin ningún orden preconcebido, sin sentidos explícitos u ocultos. Estamos perplejos ante ese extraño instrumento que tenemos enfrente: su rostro es una pantalla que nos mira y a la vez nos refleja; su voz, amigable y misteriosamente neutra, no abre juicios, solo repite lo que escucha; y, aún más inquietante, su memoria infinita lo retiene todo, para siempre.

No parece realista decir que vayan a desaparecer los grandes medios de comunicación tradicionales. La televisión seguirá produciendo sus programas más o menos interesantes o entretenidos, la radio será difícil de superar a la hora de escuchar música y de informarse sobre algunos acontecimientos, y la prensa escrita en sus diversos formatos seguirá siendo un espacio reflexivo importante. Sí, seguirán estando ahí, pero ya nada será como era antes, algo ha cambiado definitivamente.

¿Y qué es lo que cambió? Los que cambiaron son los que miran, los que escuchan, los que leen. En otras palabras: hemos cambiado nosotros. La tecnología no solo ha modificado los instrumentos, también a cambiado los que los utilizamos.

¿Cómo es esa transformación? ¿En qué sentido podemos decir que los que usamos ahora los medios somos diferentes a los que los usaban hace unos años? Algunos responden a estas preguntas con una palabra que se ha convertido en algo mágico: interactividad. Los nuevos medios generan un ida y vuelta, una posibilidad de participación de las audiencias, que ha cambiado lo que se entendía por comunicación social. Otros ponen el acento en lo que llaman la “democratización” del conocimiento, que conlleva un reparto diferente del poder al ampliarse de manera sorprendente la facilidad de acceso a los contenidos. También hay quienes hablan de los cambios que está sufriendo el funcionamiento del cerebro mismo, y aportan datos científicos que hay que tener en cuenta.

Una imagen para ilustrar la novedad

Pero quizás la transformación a la que asistimos sea aún más profunda y sutil. Para describir ese cambio las palabras se quedan cortas, es necesario recurrir a una imagen. No a

una foto o una pintura, sino a un relato que contiene una imagen, que narra una experiencia que describe una novedad similar a la que ahora percibimos.

Para encontrar esa imagen propongo retroceder diecisiete siglos y observar un fenómeno sugestivo. Por entonces nacía san Ambrosio (340-397), uno de los más importantes Padres de la Iglesia, Obispo de Milán y una figura clave en la vida de san Agustín. Ambrosio era una personalidad muy importante de su época y un destacado teólogo y orador, y Agustín fue fuertemente impactado por su figura.

De las muchas cosas que podían llamar la atención del joven al contemplar a su maestro hubo una que lo sorprendió especialmente. Y es posible que a nosotros también nos sorprenda saber qué fue lo que tanto asombró a Agustín. Él mismo lo relata en su memorable libro de *Las Confesiones*; allí podemos enterarnos que Ambrosio “leía las Escrituras con la boca cerrada, solo con los ojos” (cf. Confesiones 6, 3).

Por entonces las pocas personas que sabían leer lo hacían en voz alta; la lectura solo se concebía con vistas a la proclamación, y leer en voz alta facilitaba también la comprensión a quien leía. El hecho de que Ambrosio pudiera repasar las páginas “solo con los ojos” admiraba a Agustín, quien al imitarlo descubrió una capacidad de lectura nueva y otra manera de escuchar su propia voz interior. Logró también experimentar una misteriosa familiaridad con la voz que se hacía oír en los textos sagrados; escuchar la voz de Dios, no solo leer su Palabra. No es lo mismo.

La lectura se convierte así en meditación, en encuentro secreto entre el alma, que al leer silenciosamente escucha, y Dios, que a través de los textos habla. Poco a poco esa nueva manera de leer se fue extendiendo hasta convertirse en algo normal y así los humanos fuimos avanzando hacia nuevas fronteras interiores. Hoy, tanto tiempo después, las actua-

les tecnologías transforman una vez más nuestra manera de leer y aprender. En la soledad de las pantallas nuevos diálogos secretos se multiplican lejos de la mirada de maestros, padres, políticos, sacerdotes... Lejos de cualquier intermediario que pretenda entrometerse en ese misterioso y personalísimo espacio.

Además los mensajes no solo están escritos; también hay imágenes y sonidos. Son mensajes que no llegan solo a nuestra cabeza o a nuestra sensibilidad y por eso nuestras respuestas no son solamente intelectuales o emocionales. Las nuevas tecnologías ejercen una fascinación especial sobre nuestro ánimo porque nos permiten recrear nuestro mundo interior y reencontrarnos con nosotros mismos, y con los demás, de una manera nueva. Así como para Agustín el descubrimiento fue leer "solo con los ojos", hoy la experiencia novedosa radica en leer (o mirar o escuchar) en soledad, sin intermediarios, pasando de un tema a otro solo llevados por la intuición o la curiosidad, las ganas de aprender algo inesperado, de descubrir otros horizontes. ¿Existe el riesgo de perderse en la aventura? Sí, es evidente, pero acaso ¿antes no existía?

Otros prójimos

Como si todo esto fuera poco, este universo digital genera nuevas formas de comunidad, de proximidad. Esas personas que contemplan en soledad las pantallas se van sintiendo más cerca o más lejos de otras que están haciendo lo mismo desde una soledad similar. Esas comunidades virtuales solo merecen ese nombre por los medios que utilizan para formarse, pero en última instancia son absolutamente reales. En cada extremo de las infinitas conexiones hay hombres y mujeres concretos, con sus búsquedas, sus sueños, sus riquezas y sus límites. Hay amas de casa, analistas de sistemas, niños, ricos, pobres, buena gente y asesinos.

Internet pone en contacto en forma virtual pero genera una realidad que modifica el mundo concreto en el que vivimos. Con la boca cerrada y solamente con los ojos nos sumergimos en un silencio creativo, en un espacio que nos invita a sacar nuestras propias conclusiones. Es un sitio extraño en el que con facilidad nos sentimos empujados a escribir algunas frases personales o a generar algunas imágenes o breves anécdotas, y a descubrirlas valiosas, bellas, propias. Los instrumentos son sofisticados conjuntos de teclados y pantallas que se conectan entre sí, pero el resultado concreto es la fascinante sensación de que el propio espíritu se expande y enriquece, se siente reconocido y es capaz de transmitir a otros esos sutiles y sorprendentes descubrimientos.

Ante esas experiencias las espiritualidades oficiales y las grandes instituciones se estremecen. Solo les queda inclinarse ante ese nuevo mundo y aprender de él. Para hacerlo tienen una ayuda incomparable: lo mejor de sus propias tradiciones. Allí se encontrarán con personajes y textos de una belleza y una riqueza inagotables. Hay que regresar a las fuentes, en silencio y “solo con los ojos”. No es difícil, están en internet.

V

EN LAS NUBES

¿Deshumanizados?

Paulatinamente nos fuimos acostumbrando a un lenguaje nuevo, aparecieron en nuestro vocabulario palabras desconocidas y cuyo significado fuimos aprendiendo con alguna dificultad. También nos hemos acostumbrado a una cantidad de términos que no comprendemos, pero que utilizamos porque nos sirven para realizar algunas acciones en las computadoras, los teléfonos y otros dispositivos. Escuchamos también palabras, o en ocasiones tropezamos con algunos signos y siglas, cuyos significados ignoramos por completo y no estamos dispuestos a hacer el esfuerzo de asimilar.

Hace un tiempo aprendimos que podemos “bajar” archivos de internet, y que también podemos “subirlos” a ese mismo indeterminado lugar. “Bajar” y “subir” son verbos que nos ubican a nosotros “debajo”, no sabemos de qué, pero “eso” que tiene nuestra información, está “arriba”. No pasó mucho tiempo para que ese misterioso sitio recibiera un nombre supuestamente menos enigmático: “la nube”.

Los contenidos están en “la nube” y nosotros estamos en las nubes. Bajamos y subimos nuestros datos, pensamientos, hasta nuestro dinero e incluso alguna declaración de amor, sin saber con claridad dónde está todo eso ni quién

lo lee o utiliza. Lo que antes era una conversación que comenzaba y terminaba con un abrazo o un beso; y que transcurría entre miradas, silencios y gestos, ahora es un breve mensaje poblado de abreviaturas y signos hasta hace muy poco desconocidos.

¿Estamos ante un desconcertante retroceso? ¿hemos deshumanizado las comunicaciones? Si fuera así ¿por qué lo hacemos? ¿porqué millones y millones de personas han adoptado esa nueva forma de comunicarse en muy poco tiempo?

El Papa emérito Benedicto XVI, que no era un Papa formado en “la nube” de internet y mucho menos se trata de una persona que viva “en las nubes”, dice que “aunque nos asombra la velocidad con que han evolucionado las nuevas tecnologías (...) no debería de sorprendernos su popularidad entre los usuarios, pues ésta responde al deseo fundamental de las personas de entrar en relación unas con otras. Este anhelo de comunicación y amistad tiene su raíz en nuestra propia naturaleza humana y no puede comprenderse adecuadamente solo como una respuesta a las innovaciones tecnológicas” (*Mensaje 24 de mayo de 2009*). O sea que la causa no está en la fascinación que provocan los dispositivos sino en el “anhelo de comunicación y amistad” que tiene su origen en nuestra propia naturaleza.

Todas las tecnologías que están cambiando el planeta solamente sirven de cauce a esa necesidad de comunicación que habita en cada ser humano. En realidad, si miramos atentamente, sin los nuevos dispositivos las actuales formas de comunicación no serían posibles, pero los cambios no los están provocando los aparatos sino lo que las personas hacen con ellos. Y esas transformaciones no están ocurriendo en las nubes sino en nuestro mundo, nuestro país, nuestra casa, nuestro corazón.

Comparaciones odiosas

Cuando se habla de las nuevas formas que está adquiriendo la comunicación fácilmente caemos en comparaciones y juicios de valor que no resisten ningún análisis serio. Si damos crédito a algunas voces parecería que desde que existen los teléfonos celulares ya nadie se da un abrazo, ni habla con otras personas mirándose a los ojos. La realidad es diferente: todos los teléfonos, tabletas, computadoras o cualquier otro mecanismo similar, no ha reemplazado la comunicación cara a cara. Las parejas siguen caminando tomadas de la mano, los novios se besan y los abuelos acarician a sus nietos. Además, todos tienen un teléfono y se comunican con muchas otras personas con las que antes no podían hacerlo.

Si la comunicación en la mesa familiar es reemplazada por el celular, el problema no es el teléfono sino los vínculos que hay entre los miembros de la familia. Las dificultades de comunicación no aparecieron después de que se comenzaron a usar los celulares, empezaron mucho antes. Las crisis de las familias, y en general de los vínculos sociales, son muy anteriores a la existencia de las actuales tecnologías. Lo que los nuevos dispositivos están haciendo es poner de manifiesto la dimensión y las características de esa crisis y, a su manera, colaborar a superarla. No están haciendo nada más, y nada menos.

Si alguien es adicto a la computadora y no puede dejar de jugar en ella por horas y horas, la explicación del fenómeno no la vamos a encontrar en el disco rígido o en la pantalla de la máquina, sino en el interior de la persona que la utiliza. El problema no radica en que es adicto a la computadora, el problema es que es adicto. Punto. Es en la persona donde hay algo que funciona mal, no en el aparato.

Si en una familia todos están más pendientes de sus celulares que de lo que ocurre a las personas con las que con-

vive, el problema está en la familia, no en los teléfonos. La utilización de los teléfonos nos está mostrando que algo está mal, quizás desde hace mucho tiempo, desde mucho antes que llegaran las tecnologías a las familias. La crisis de los vínculos en nuestras sociedades es muy anterior y tiene raíces muy profundas que urge enfrentar. Es más irresponsable echarle la culpa de todo a los celulares que pasarse horas hablando por ellos.

Bajando de la nube

“La nube”, a la cual “subimos” nuestros datos y desde la cual los “bajamos” no está en el cielo ni formada por gases o agua. Bien en la tierra y celosamente custodiadas, hay enormes construcciones que alojan miles y miles de servidores (computadoras), que consumen impresionantes cantidades de energía eléctrica y en las que trabajan tantas personas como las que se ocupan en cualquier fábrica importante. Están distribuidas por distintos países y se comunican entre sí a través de cables o de satélites. Son lugares estratégicos protegidos por sistemas de seguridad muy sofisticados. Del buen funcionamiento de esos sitios depende, entre otras cosas, la seguridad de las grandes potencias, el funcionamiento del sistema financiero internacional y la comunicación de los gobiernos entre sí y con sus ciudadanos. Los datos no están en las nubes, están emplazados en tierra, sujetos a leyes y gobiernos. Además, están expuestos a todos los vaivenes políticos, sociales, económicos y ambientales.

Otro error en el que fácilmente caemos radica en contraponer la comunicación personal y la comunicación en la que se usan dispositivos electrónicos, suponiendo que en la primera está comprometido el cuerpo y en la segunda no. En la comunicación cara a cara nos miramos a los ojos, nos abrazamos, es posible el gesto que acompaña la palabra, la

caricia o la agresión. Está claro que se trata de la comunicación más intensa. Ninguna de las demás maneras que ha inventado el ser humano para comunicarse es tan completa como la que se logra en el contacto personal, especialmente si además ese encuentro es un encuentro de amor. Pero todas las demás formas de comunicación, una carta, un mail, un llamado telefónico, un libro, absolutamente todas, también comprometen de una manera u otra el cuerpo.

Los seres humanos solo podemos comunicarnos a través de nuestros sentidos. La tecnología que aloja nuestros datos no está en las nubes y quienes las utilizamos no somos ángeles. Tenemos un cuerpo, nos comunicamos a través de las redes gracias a que ese cuerpo nos permite hacerlo, es el mismo que usamos para amar, llorar, sufrir o gozar. Es más, no nos interesarían esas tecnologías si no provocaran algo en nuestro cuerpo, si no nos generaran sensaciones, emociones, asombro, curiosidad. Un sitio de internet nos puede hacer llorar o reír, o dejar indiferentes. Nos puede ofrecer una información valiosa para mejorar en el trabajo y hasta conseguir una pareja con la que compartir la vida y formar una familia. Todas esas cosas se hacen con el cuerpo. “Incorporar” la tecnología quiere decir justamente eso, introducirla en nuestra vida como una ayuda para ofrecer nuevas posibilidades a nuestro cuerpo, no lo reemplazan, no puede ninguna tecnología hacer eso, siempre que nos comunicamos nuestro cuerpo interviene en ese proceso.

Ni nubes ni ángeles, somos seres humanos con un “anhelo de comunicación y amistad” inagotable. Anhelo que brota de “nuestra propia naturaleza humana” y que pone de manifiesto una sed de trascendencia que nace en el mismo cuerpo como una sensación profunda que reclama siempre algo más. Podemos decirlo en otros términos: hemos sido creados a imagen y semejanza de Dios, que es Padre, Hijo y

Espíritu Santo. Es decir, un Dios que es comunión, no soledad. O podemos usar las palabras de san Agustín: «Nos has hecho, Señor, para ti y nuestro corazón está inquieto hasta que descansa en ti».

Tomamos un camino que no nos conduce a buen puerto, que nos desorienta, cuando hablamos de las actuales tecnologías de la comunicación como si fueran algo que nos despersonaliza o nos aliena, sacándonos de la realidad de nuestro cuerpo y nuestro tiempo. Es cierto que en muchos casos esa alienación se hace realidad, sí, sin dudas, pero no por la tecnología sino por otras causas más profundas, que la tecnología permite que queden en evidencia. Un niño atrapado por su computadora no es un ser alienado y enfermo por la tecnología, la cuestión es más simple y trágica: es un niño que está solo y que busca en una máquina lo que no encuentra en su entorno.

Es notable el temor que genera en ciertas personas el avance de las actuales tecnologías ¿Miedo a la pérdida de unas relaciones afectivas cercanas y cargadas de ternura? Quienes piensan que los jóvenes se insensibilizan por el uso de los teléfonos celulares y las computadoras, y que estamos asistiendo al nacimiento de un mundo en el que los encuentros entre las personas se vaciará de humanidad; quienes así piensan y por eso se preocupan, no han visto nunca a unos novios besarse mientras tienen en sus bolsillos teléfonos celulares.

Que usen el celular para encontrarse, o que antes o después del beso se saquen una foto y la compartan con sus amigos ¿hace que el beso, y todo lo que ocurre en ese momento en sus cuerpos, sea irreal? El cuerpo no desaparece, aprende a usar otros recursos. Es probable que las personas mayores que se preocupan por esta nueva manera de relacionarse, cuando eran jóvenes se pasaran horas en sus casas

hablando por teléfono con sus novios o novias ¿Pensaban entonces que eso los despersonalizaba? Ese aparato, habitualmente negro, en el que había que “discar”, hacer girar un disco para marcar los números, ¿generaba una comunicación *virtual* o era completamente real y concreta? ¿cuántas familias comenzaron en esas interminables comunicaciones? ¿por qué cuando la comunicación carece de cables y puede ser usada en cualquier tiempo y lugar, nos cuestionamos acerca de su utilidad o sus peligros?

Consecuencias

Las palabras son importantes y la manera que tenemos de hablar de cualquier problema incide en la posibilidad de encontrar una solución. Hablar del “ciberespacio”, o del “continente digital”, u otras expresiones similares, encierra el peligro de instalar en nuestra manera de expresarnos y pensar, la ilusión de estar hablando de una realidad de alguna manera “extraterrestre”. La realidad es que estos aparatos y las personas que los usamos estamos en este mundo en el que hay hambre, guerras, injusticias y también amor, solidaridad, compromiso. Quienes desde la Iglesia están presentes y comprometidos en su sociedad, y cerca de quienes sufren, utilizan las actuales tecnologías y tienen muy claro que no están en las nubes.

Hay una trampa en la expresión “el mundo de las comunicaciones”. No hay varios mundos y la tarea de la Iglesia se concreta en el único mundo que existe. Evangelizar a través de las tecnologías de la comunicación es evangelizar éste mundo en el cual viven nuestras familias o comunidades y que habitamos con nuestros cuerpos. Por ese motivo, entre otras cosas, la tarea del comunicador no puede estar aislada de la vida de una comunidad concreta y en la cual se alimenta y enriquece.

El tema no es si las tecnologías nos alienan y alejan de la realidad, la cuestión es si hemos decidido o no estar comprometidos con la realidad, con tecnología o sin ella. Quienes están dispuestos a vivir “en las nubes” encontrarán en la tecnología una buena ayuda para su alienación, quienes deciden vivir en este mundo encontrarán en ella una ayuda extraordinaria para su tarea transformadora; un auxilio asequible y barato para trabajar en la construcción de una sociedad más justa; una buena herramienta para hacer de este mundo un lugar en el que todos puedan vivir con dignidad.

Ocurre lo mismo en otros ámbitos. Cuando las universidades se convierten en “el mundo universitario” pierden toda su riqueza y su fuerza transformadora de la realidad, en cuanto los que trabajan en la universidad se ven a sí mismos como “un mundo”, y no como parte de la realidad que vivimos todos los mortales, su propia existencia se vacía de sentido. Otro tanto ocurre con “el mundo de la política”, con “el mundo sindical”, y con varios más.

Cuando el papa Francisco nos invita a ir a las periferias, nos está animando a salir de esos pequeños mundos que se crean en las sacristías, o en lugares similares, para enviarnos a asumir la tragedia del único mundo que existe. El ámbito de las comunicaciones eclesiales también puede caer en este error cuando habla de sí mismo como “un mundo” especial. Entonces sí que estaremos en las nubes y la evangelización será solo una ilusión.



SEGUNDA PARTE

COMUNICADORES Y TESTIGOS

I

EVANGELIZACIÓN Y PROSELITISMO

Crecer por atracción

Fue en la Conferencia de los Obispos Latinoamericanos realizada en 2007 en Aparecida, Brasil, cuando Benedicto XVI hizo aquella afirmación que estaría destinada a permanecer en el lenguaje eclesialístico y a ser repetida ininidad de veces, aunque no siempre literalmente ni respetando su espíritu. El 13 de mayo de 2007, en su homilía, el ahora Papa emérito decía: “La Iglesia no hace proselitismo. Crece mucho más por “atracción”: como Cristo “atrae a todos a sí” con la fuerza de su amor, que culminó en el sacrificio de la cruz, así la Iglesia cumple su misión en la medida en que, asociada a Cristo, realiza su obra conformándose en espíritu y concretamente con la caridad de su Señor”.

El proselitismo es una acción propia de los partidos políticos y de las sectas; tiene como objetivo ganar adeptos, lograr que el mayor número posible de personas se conviertan en seguidores; se intenta convencer a los demás a través de publicidades, o de diversas acciones que pretenden captar la voluntad de quienes aún no pertenecen al grupo. Detrás de esa acción se encuentra siempre la búsqueda del mayor número posible de miembros, ya que en esa cantidad de seguidores radica en parte el argumento para integrarse a él. La lógica que subyace a la acción

proselitista está clara: cuanto más miembros son, más razón parecen tener y más aumenta su poder. La verdad y la fuerza de su propuesta se apoyan en la cantidad de personas que la comparten.

Evangelizar no es lo mismo que hacer proselitismo, pero las diferencias entre una acción y otra parece que para muchos no están a la vista; por eso la necesidad de aclarar; y también por el mismo motivo, desde aquel día en Aparecida, la frase fue tantas veces repetida, en muchas ocasiones fue simplificada y también sutilmente tergiversada.

Si Benedicto XVI sintió la necesidad de decir lo que dijo, fue porque veía que para numerosos cristianos había una confusión. Tenía razón; es suficiente observar el contenido, el lenguaje y el tono de infinidad de libros, folletos, declaraciones, documentos, homilías, programas de radio o televisión; para advertir que lo que muchos están haciendo desde la Iglesia es más parecido al proselitismo que a la evangelización.

El tema es muy profundo; allí radica buena parte de la explicación de por qué en muchas ocasiones los esfuerzos por difundir el Evangelio han producido tan pocos resultados. El Evangelio no se transmite de esa manera, Jesús mismo jamás hizo proselitismo, su objetivo no fue tener muchos seguidores sino anunciar el Reino de Dios. El objetivo de las primeras comunidades no era atraer a las personas a formar parte de una institución sino anunciarles el amor de Dios por cada uno de ellos. Luego, naturalmente, los que descubrían ese Reino se reunían y celebraban, tenían una manera especial de vivir y la compartían.

Jesús envía a sus discípulos a anunciar su mensaje hasta los confines de la tierra; pero hay una diferencia que no es menor entre ese envío y “hacer proselitismo”: el contenido de su anuncio es la llegada del Reino de Dios, que no es lo

mismo que la pertenencia a la Iglesia. La institución es signo, sacramento, de la presencia del Reino pero no se identifica con él. El Reino que anuncia Jesús debe ser comunicado a todos, tanto a los que están más alejados como a los que ya pertenecen institucionalmente a la Iglesia. No es un mensaje que se dirige a los que están “afuera”, se dirige también, y especialmente, a quienes ya forman parte de la comunidad de creyentes.

Erramos el camino cuando, en nuestra forma de comunicar, somos nosotros los que estamos “adentro”, los que nos dirigimos a los que están “afuera”, para que entiendan y sean “de los nuestros”. Esa lógica aparece en los evangelios solamente en la manera de pensar y actuar de los fariseos; no es la manera de hablar ni de actuar de Jesús.

El Señor “atrae a todos a sí”, precisamente porque su actitud no era como la de los “jefes del pueblo”, o la de los “doctores de la ley”. La atracción de Jesús que fascina a sus seguidores radica en su manera de hablar de Dios como un Padre misericordioso de todos, que busca el bien de sus hijos porque los ama. Lo que sorprende es su respeto por la libertad de cada uno de los que se le acercaban y la forma novedosa con la que enseñaba a relacionarse con ese Dios al que Él llamaba Abba (papá).

Un nuevo horizonte

Otra expresión del papa Benedicto XVI nos puede servir para seguir avanzando. En su Encíclica *Deus Caritas Est*, el ahora Papa emérito dice: “No se comienza a ser cristiano por una decisión ética o una gran idea, sino por el encuentro con un acontecimiento, con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva.”

¿Por qué comenzar con dos negaciones? Podría haber afirmado simplemente que se comienza a ser cristiano “por

el encuentro con un acontecimiento, con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva” ¿Por qué habrá sentido el Papa la necesidad de comenzar aclarando lo que no es? ¿Y por qué habrá elegido precisamente esos dos temas: “una decisión ética o una gran idea”? ¿No será que durante demasiado tiempo fue justamente eso lo que se comunicó como esencial?

De hecho si les preguntamos a los cristianos no muy interesados en sutilezas teológicas, lo más probable es que asocien la idea de ser cristianos a la práctica de una determinada moral “decisión ética” o que la relacionen con determinada manera de pensar “una gran idea”, y ni siquiera tengan en cuenta como decisivo el “encuentro con un acontecimiento, con una Persona”. Por algo ahora hay que aclararlo y la frase llama la atención.

Está claro que la afirmación primera de cualquier catecismo puso en el centro de nuestras vidas el encuentro con Nuestro Señor Jesús, pero el acento no siempre se ponía en el encuentro en sí mismo sino más bien en lo que implicaba. Lo que importaba era que quedaran bien claras las consecuencias de haber “conocido a Jesús”, las responsabilidades que de ahí se seguían y los peligros que se corrían si uno no se hacía cargo de haber sido “elegido” para conocer y anunciar ese misterio.

¿Cómo se logró presentar las cosas de tal manera que “pensar bien” y “actuar correctamente” se convirtieran en algo más importante que conocer a Jesús, amarlo, tener con él una relación personal y verdadera, sentir su presencia y compañía, vivir la alegría de encontrarlo vivo en los evangelios, en la liturgia, en el amor a los hermanos, en el servicio, en el dolor o en el compromiso? ¿Cómo se hizo para lograr que para millones de personas la figura de Jesús no fuera una buena noticia, sorprendente, fascinante?

¿Cómo? Se lo comunicó como se comunica un concepto, una gran idea; se redujo el Evangelio a un gran conjunto de ideas “para llevar a la práctica”. Se postergó el anuncio del Reino de Dios y se recalcó la importancia del crecimiento y la presencia de la Iglesia.

Al reemplazarse lo vivencial por lo conceptual, la fe dejó de conmover y sorprender. Aunque las comparaciones sean odiosas, quizás sea bueno en este punto recordar que cuando un judío recitaba su Credo, no repetía una fórmula como nuestro Credo. No enunciaba conceptos, sino que contaba un cuento. ¿Cómo eran esos cuentos? Algo así: “*Y cuando tu hijo te pregunte el día de mañana: «¿Qué significan esas normas, esos preceptos y esas leyes que el Señor nos ha impuesto?»*, tú deberás responderle: *«Nosotros fuimos esclavos del Faraón en Egipto, pero el Señor nos hizo salir de allí con mano poderosa. Él realizó, ante nuestros mismos ojos, grandes signos y tremendos prodigios contra Egipto, contra el Faraón y contra toda su casa. Él nos hizo salir de allí y nos condujo para darnos la tierra que había prometido a nuestros padres con un juramento»* (Deut. 6,20).”

Conclusión: Para educar a un niño, se narraba una historia, se contaba una experiencia. Se trata de un relato que pone de manifiesto el amor de Dios que guió a su pueblo de la esclavitud a la libertad, del desierto a la tierra prometida. No se trata de afirmaciones conceptuales creo que Dios es amor, creo que Dios es fiel, creo que Dios me salva. El camino es otro: se relata la experiencia que enseñó que Dios es amor, fiel y salvador.

El Credo y el catecismo vienen después; lo primero es la experiencia y la comunicación de la experiencia. Se comienza a ser cristiano “por el encuentro con un acontecimiento, con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva...”; lo que hay para comunicar es la posibilidad de ese encuentro. Las consecuencias mo-

rales y las derivaciones sociopolíticas y culturales, vienen mucho después; pero si no se experimenta ese encuentro no llegarán nunca.

Al hablar por un micrófono o ante una cámara, al escribir algo en una red social, al responderle a un hijo que pregunta, ¿tenemos para ofrecer relatos o conceptos? ¿sabemos hablar de Jesús? ¿podemos decir con palabras sencillas y creíbles por qué nos fiamos de él, por qué en él está nuestra esperanza? ¿O acaso no nos hacemos estas preguntas porque damos por supuesto que ya conocemos todas las respuestas? ¿Nuestra ignorancia es tan grande que llega hasta creer que al Señor ya lo conocemos?

Testigos ¿de qué?

Podemos regresar ahora a la expresión de Benedicto XVI mencionada en primer término y que fue sufriendo algunas sutiles modificaciones por parte de quienes la repitieron. Incluso el papa Francisco la utiliza en su versión más breve y simplificada: “La Iglesia no crece por proselitismo sino por el testimonio”.

Obviamente la expresión de Francisco es una afirmación tan válida como la de Benedicto, pero no dice lo mismo y la diferencia, aunque sutil, merece una reflexión, especialmente si se intenta de analizar la comunicación entre la Iglesia y la sociedad.

La pregunta inevitable es ¿testimonio de qué? Es de suponer que, en los labios de Francisco, se trata de testimonio de Jesucristo, de su muerte y resurrección; en última instancia, anuncio del kerygma, del corazón del Evangelio. Pero si recorremos los medios de comunicación católicos y los portales de internet o las redes sociales, encontramos otra realidad.

El testimonio de Jesucristo muerto y resucitado, y el anuncio del Reino, en el mejor de los casos se dan por su-

puestos, pero habitualmente brillan por su ausencia. Si recorremos en internet ciertos sitios que se presentan como “católicos”, de lo que más se habla es de acontecimientos extraordinarios, mensajes de la Virgen, apariciones, milagros, curaciones. También nos podemos encontrar con mucha información sobre la Iglesia ofrecida por agencias de noticias especializadas y por muchas otras fuentes de información de origen desconocido y no siempre bienintencionadas. Los programas de televisión o radio católicos con más audiencia suelen ser aquellos que muestran una fe intimista y aferrada a devociones. Hay una cierta competencia entre instituciones o grupos que se presentan como los más fieles al magisterio, o los más milagreros, o los más “comprometidos”. En algunas ocasiones se trata de cuestiones que muestran una fe infantil, pero en otras hay intereses de tipo ideológico entre quienes pretenden presentarse como los *verdaderos defensores* de la fe y de la Iglesia. Urge preguntarse: ¿qué es ser testigo?

El testigo es el que está presente cuando ocurre algo y que tiene un conocimiento directo del hecho. La palabra se usa para los actos judiciales; el testigo es el que da testimonio. No obstante, la expresión “dar testimonio” abarca un concepto mucho más amplio y, en la vida de las comunidades cristianas, ha estado cargada de un poderoso significado: los grandes testigos eran los mártires, los que entregaban su vida por afirmar su fe en Jesucristo resucitado.

En nuestro tiempo, la expresión es muy utilizada dentro y fuera de la Iglesia con tantos significados que, a fuerza de repeticiones, ha ido perdiendo su riqueza y contenido originales. Normalmente, en un contexto religioso, alude a un relato hecho en primera persona en el cual el que habla, o escribe, cuenta alguna “experiencia de Dios” o del “paso de Dios por su vida”, y lo hace con expresiones muy puntuales

que narran un suceso tan concreto y real como cualquier otro de la vida cotidiana. Es justamente esa pretendida claridad la que oscurece el significado. En muchas ocasiones, el tono y los modos que se utilizan pretenden empujar al destinatario del mensaje a admitir relatos sobre acontecimientos presentados como sobrenaturales.

Discutir la “veracidad” de esos testimonios es avanzar por un camino que no conduce a ninguna parte; resulta más interesante preguntarse por qué se habla así. Todo indica que se pretende lograr un relato eficaz, unas palabras que sean convincentes en un tiempo en el que es difícil convencer. Parece que, ante un mundo incrédulo, que no entra en razón, hay que presentar testimonios, que se aceptan o se rechazan, pero no se discuten.

¿Acaso la manera de ser eficaces consiste en hablar desde uno mismo narrando aquello que Dios ha hecho en la propia vida? ¿El objetivo es “convencer”? ¿Por qué ahora se trata de “contar lo que me ocurrió” y no de enseñar verdades o transmitir contenidos como era hasta hace poco? ¿Por qué esa necesidad de hablar desde “lo testimonial”?

El camino del “testimonio personal”, de hablar de “lo que Dios hizo en mi vida”, suena muy evangélico y conmovedor; pero al mismo tiempo, implica un atajo que probablemente esconda esta trampa: puede tratarse solo de una nueva forma de intentar ser irrefutables. Es ridículo pretender que brote la fe en el que escucha porque se le presenta algo evidente. Los cristianos no somos testigos de visiones, ni de apariciones o curaciones, hablamos de aquello que hemos visto con la fe, no con los ojos. Gracias a la fe, podemos ver y sentir realidades que, de otra manera, no se ven ni se sienten, pero el significado de las palabras no es el mismo. Compartir la fe es compartir una luz, pero puede ser también compartir una determinada oscuridad.

Pero no solo la búsqueda de ser “indiscutibles” empuja a muchos a prestar atención nada más que a los testimonios y a expresarse de ese modo. Hay otros motivos. En ocasiones, las personas llegan a ese punto impulsadas por el noble esfuerzo de no ser “tan intelectuales”. Tienen sus razones: el racionalismo del que venimos ha hecho estragos en la evangelización, justamente al reducir el misterio a nociones o conceptos que se presentan como evidentes en sí mismos o más “sólidos” y “seguros” que cualquier experiencia.

La cuestión es que se cae en el mismo error del que se quiere salir: pasamos de unos enunciados teóricos incuestionables a otras afirmaciones también indiscutibles. Ahora la “eficacia” del discurso está relacionada en forma directa con el testimonio de vida que acompaña a las palabras. Incluso se llega a decir que “hay que vivir lo que se predica”, y si no, es mejor callarse la boca. La palabra que no se apoya en “un testimonio” se presenta como inútil o, peor, como un engaño.

Detrás de esa afirmación también se esconde una trampa: la verdad es que todos somos pecadores, nadie puede dar un testimonio irrefutable. Solo el “Testigo fiel” del que nos habla el Apocalipsis. Es Jesús, el verdadero testigo, el testimonio que hay que escuchar y mirar. Después vienen los que se dejan matar por su fe, los mártires. Los de antes y los de ahora. Además, están los santos y los que viven el Evangelio en condiciones heroicas, en circunstancias excepcionales; y lejos, mucho más lejos, nos encontramos los que hablamos desde nuestra experiencia personal.

II

LA EXPERIENCIA DE SER CRISTIANO

Galilea

La comunicación del Reino comenzó en Galilea, cuando un grupo de hombres y mujeres, deslumbrados por Jesús empezaron a seguirlo a todas partes, dejaron de lado sus familias y sus bienes, y comenzaron a sentir que eran hombres y mujeres nuevos. Algo había cambiado para siempre en ellos gracias al encuentro con el Nazareno.

Ese tiempo de ir y venir con él por los caminos, de pueblo en pueblo, no fue muy largo, algo menos de tres años. Sin embargo, fue suficiente para marcarlos a fuego para siempre. Sus vidas adquieren una orientación diferente, sienten que han nacido de nuevo. No se trata de alguien que los convenció de algo o que les presentó ideas completamente nuevas y atractivas. Es más que eso. Lo fascinante es su persona, su manera de relacionarse con quienes se van cruzando en su camino, y, especialmente, su forma de hablar de Dios. Ese hijo de carpintero presenta a Dios como un Padre cercano y lleno de amor, y lo hace con unas palabras y unos gestos que ellos no habían escuchado ni visto nunca.

Para decirlo con palabras más actuales, a ese pequeño grupo “se les viene el mundo abajo”, aquello que ya conocían adquiere otra dimensión, comienzan a ver las cosas de una

manera que nunca habían siquiera imaginado. Se trastoca hasta la imagen que tenían de Yahvé, el Dios de sus padres. No abandonan su fe, no cambian de Dios, pero ahora lo ven con otros ojos. Incluso se descubren a sí mismos diferentes cuando se ven mirados por la mirada de Jesús.

Esa novedad que experimentan, y que el Nazareno llama «el Reino de Dios» que ya comenzaba, como una semilla, pero creciendo sin pausa, comienzan a anunciarla, a compartirla con quienes se van encontrando en la vida. No se van a estudiar unos años una nueva doctrina (algunos son analfabetos); no recurren a los rabinos ni al Templo; simplemente se sienten nuevos y anuncian esa alegría inexplicable que están viviendo. Los discursos y algunos gestos de Jesús los confunden, en muchas oportunidades no lo entienden. En una ocasión Pedro lo enfrenta y Jesús lo llama “Satanás”, pero en el mismo momento le dice que lo siga y Pedro lo sigue aún sin saber qué significan las extrañas palabras que ha escuchado.

Entre ellos y Jesús no hay un vínculo intelectual, ni político, ni de sangre, sino solamente afectivo. Es simple: lo quieren y se sienten queridos por él. Descubren en Jesús una manera nueva de amar, incluso a los enemigos, a los pecadores, a los que la sociedad despreciaba y marginaba: leprosos, enfermos, extranjeros, pecadores, recaudadores, romanos, prostitutas, nadie queda afuera de ese amor que ven en Jesús y sienten en sí mismos.

Los primeros seguidores de Jesús no parecen en ningún momento agobiados por ese seguimiento; nada indica en los textos de los evangelios que ellos vivieran esa pertenencia a aquella singular comunidad como un peso, o una tarea exigente o angustiante. Al contrario, no solo creen en su Maestro sino que están felices de creer en Él. No creen en unas ideas y mandatos que luego trabajosamente “hay que

llevar a la práctica”; ellos creen en Jesús, le creen a Él, y desde que eso es así se sienten viviendo una experiencia nueva y fascinante, más allá de los riesgos, la incomodidad y las privaciones. Para los discípulos la fe no es una obligación: no solo creen, les gusta creer.

Esos años tumultuosos terminarán trágicamente. Aquellos pocos discípulos desconocían que ese tiempo era nada más que el comienzo de una historia que no podían siquiera imaginar. El Maestro acaba clavado en una cruz y abandonado por casi todos. Había sido como un sueño, un tiempo maravilloso que, una vez más, no podía terminar bien. Era demasiado bueno para ser cierto. Algunos se alejan de Jerusalén destrozados, creían que él salvaría a Israel pero ya habían pasado tres días y aunque unas mujeres dijeron que lo habían visto, nada podía consolarlos. Todo había terminado de la peor manera.

Nuevas creaturas

Sin embargo, la experiencia que aquellos hombres y mujeres habrían de vivir recién comenzaba. Después de la brutal muerte de Jesús transcurre un tiempo misterioso en el cual se reencuentran con el Señor que aparece y desaparece; que les muestra que no es un fantasma sino que tiene un cuerpo y que ese cuerpo es el mismo que había estado colgado en la cruz, “miren mis manos y mis pies”; allí están las marcas de sus heridas. Con sencillez y claridad vuelve a expresarles el amor que siente por ellos. Algunos temas se repiten en cada encuentro de esos extraños días: no tengan miedo, la paz esté con ustedes, vayan y anuncien. En otras palabras: comuniquen esto sin temor. A las primeras mujeres que lo encuentran les dice: «No tengan miedo. Vayan ahora y digan a mis hermanos que se dirijan a Galilea. Allí me verán.» (Mt 28,10) ¡Galilea! Allí había comenzado todo.

Será un tiempo que las primeras comunidades guardarán como un tesoro en su memoria. Ellos habían experimentado que el Maestro estaba vivo y eso les permitía comprender ahora lo que no habían entendido antes, podían comprender por qué junto a él todo había sido tan extraordinario, porqué se sentían creaturas nuevas, porqué era verdad que el Reino de Dios ya estaba entre ellos. Ahora sabían mejor lo que tenían que comunicar: Dios nunca abandona a sus hijos, todo lo que Jesús había dicho sobre su Padre era verdad. Eso era lo que los había transformado: Dios no abandona, Dios es amor.

Después de Pentecostés esos hombres y mujeres asustados están invadidos por una fuerza nueva. Jesús ya no aparece y desaparece pero ellos no pueden callar su experiencia, “no podemos dejar de hablar de lo que hemos visto y oído (Hch. 4,20)”, comienza el tiempo de la Evangelización, el tiempo de la Iglesia, nuestro tiempo. La vida entera de aquellos discípulos se convierte en un anuncio, necesitan comunicar esa experiencia que han vivido junto a Jesús y que ha cambiado sus vidas para siempre.

Evangelizar, comunicar el Evangelio, no es cualquier actividad, no es pegar fotos en Facebook, no es enojarse con los que piensan distinto, no es algo más que “hay que hacer”, en el poco tiempo que nos queda libre entre las muchas actividades que se desarrollan en la Iglesia. Evangelizar es transmitir esa misma experiencia que vivieron los primeros seguidores del Maestro.

La maravilla, y la dificultad, radica en que es imposible hacer eso sin haber experimentado en carne propia lo que experimentaron aquellos primeros discípulos. No se trata de transmitir la experiencia de otros, contar lo que les pasó a unos galileos hace dos mil años. Testigo es el que cuenta lo que vio con sus ojos. Para ser evangelizadores hay que

experimentar en la propia vida lo mismo que ellos experimentaron. ¿Acaso eso es posible? ¿Cómo volver a Galilea para poder “verlo”?

Primeros discípulos

San Pablo, el gran evangelizador, habla así de su experiencia: “no creo haber conseguido ya la meta ni me considero un «perfecto», sino que prosigo mi carrera para conquistarla, como ya he sido conquistado por Cristo.” (Flp. 3,12) Pablo, como nosotros, no había formado parte del primer grupo, de aquellos que caminaron junto a Jesús por Galilea. Habla de una manera diferente pero la pasión es la misma. Ha experimentado ese encuentro con Cristo que lo había conquistado y desde ese momento se convierte en anunciador del Reino.

Persiguiendo a la Iglesia, Saulo se había topado con Jesús, y en ese instante había comprendido para siempre que en esas comunidades que él perseguía el Maestro estaba vivo y continuando la tarea comenzada en Galilea. Saulo se convierte en Pablo, en testigo, comprueba por sí mismo que en esas comunidades se experimentaba el amor de Dios y que eso transformaba todo. A Saulo también “se le había venido el mundo abajo” y experimenta que a partir de entonces, con un nuevo nombre, era también él una nueva criatura. Lo que hace Pablo no es solamente decir discursos y escribir cartas. Va creando comunidades de personas que, reunidas en torno al pan que hace presente a Jesús y escuchando su Palabra, experimentan el mismo encuentro transformador de los primeros discípulos.

La Iglesia va creciendo poco a poco a partir de esa experiencia de los primeros discípulos y se van formando nuevas comunidades que también están integradas por primeros discípulos. Desde hace más de dos mil años, cada

comunidad está formada por primeros discípulos. Nadie en la Iglesia es un discípulo de segunda generación. Todo el que se acerca a Jesús está llamado a la primera experiencia. Aunque los pasos iniciales sean dados de la mano de otras personas cada uno está llamado a un encuentro personal y único con el Señor. Habitualmente será en el encuentro con la eucaristía, con la Palabra, con el hermano que sufre, con nuestras propias heridas; ahí, en esos lugares, está la Galilea a la que somos convocados para encontrarnos con Él.

No lo veremos físicamente, no escucharemos su voz, pero sabremos que estamos ante Él. Al leer su Palabra nuestra voz será el sonido que hará viva su presencia. Al escuchar a un hermano su voz podrá ser también aquella voz de Galilea. Al inclinarnos sobre un enfermo o al consolar a quien sufre, usaremos sus palabras y sus gestos y será Él quien consuele o alivie. No anunciamos algo que aprendimos en una clase o leímos en un catecismo, hablamos de lo que vivimos, pues “el amor de Dios se ha derramado en nuestros corazones por el Espíritu Santo que nos ha sido dado” dirá también Pablo (Rm. 5,5).

Esta experiencia de ser de “los primeros discípulos” es de una importancia decisiva para el comunicador. Cuando lo que decimos brota de esa experiencia, el tono de nuestra voz, la postura de nuestro cuerpo, la luz de nuestra mirada, son diferentes. No son los mismos que utilizamos al hablar de algo que aprendimos en un libro o que alguien nos dijo que teníamos que decir. No usamos los mismos gestos para hablar con un amigo que cuando estamos ante un desconocido. No es lo mismo hablar de lo que experimentamos que de lo que nos contaron. Esto es así en el encuentro cara a cara o ante una cámara de televisión, en la homilía o en la red social. El tono nos delata, cuando hablamos de lo que vivimos siempre se nota, es difícil de describir, es tan per-

sonal como el timbre de nuestra voz, pero el que escucha se da cuenta.

Lo mismo ocurre cuando escuchamos. También en ese caso es fácil reconocer cuando quien se dirige a nosotros, a través del medio que sea, nos comunica algo que es fruto de una experiencia personal. En especial en los temas religiosos o espirituales nos genera más interés escuchar a esas personas que a las que nos hablan de manera impersonal o con una ficticia familiaridad.

Evangelizar, comunicar el Reino, es vivir de tal manera que aquel que nos ve o nos escucha pueda percibir algo de esa fuerza salvadora que brota de Jesús de Nazaret. En nuestras palabras y gestos se debe poder intuir algo que no se encuentra en ningún otro lugar.

Para lograr comunicar así solo se pueden usar los mismos medios que usó Jesús: atención a las necesidades de cada persona que encontramos en nuestro camino, cuidado especial por los excluidos y olvidados de la sociedad, una actitud de perdón incondicional que alcanza hasta los que nos hacen mal, una defensa incansable de la dignidad de cada ser humano, y, especialmente, una confianza ilimitada en un Dios Padre cercano y misericordioso.

III

EL DISCÍPULO COMUNICADOR

Testigos de una experiencia

Es fácil decir que el discípulo tiene que comunicar su experiencia, que no tiene que ser teórico sino hablar desde el corazón. Pero en la práctica no es tan simple, el encuentro de cada persona con Jesús es único y, en última instancia, incommunicable. El encuentro con el Señor, como todo encuentro interpersonal, es intransmisible. Lo habitual es que quienes viven esta experiencia no encuentren las palabras ni siquiera para explicarse a sí mismos lo que viven y mucho menos están en condiciones de compartirlo.

¿Cómo seguir adelante si lo que queremos comunicar es incommunicable? Hay algo que sí se puede hacer: vivir de tal manera que los otros se sientan atraídos hacia esa manera de ser y se despierte en ellos el interés por tener su propia experiencia, por vivir algo que se asemeje a lo que ha vivido ese que se dice cristiano y que tiene esa manera tan original de actuar, pensar, sentir. Lo sabemos bien porque lo hemos experimentado, algunas personas a través de sus actitudes, gestos y palabras, logran sin proponérselo explícitamente, despertar interés en los demás, y son amables, en el mejor sentido de la palabra, despiertan amor.

Hay quienes generan una curiosidad que cautiva, los se relacionan con ellos se sienten atraídos por su alegría, su libertad, su apertura, su compasión. Esas personas pueden

generar en los demás un interés por conocer la fuente de esa manera de vivir. Es de esa forma que se convierten en puentes, o en señales, y acercan a la experiencia de encontrar a Jesús a quienes no lo conocen y, también, a quienes tienen una idea distorsionada de Él por ignorancia o por malas experiencias. Por el contrario hay otros que hablan de sí mismos y de su fe, pero sus vidas no son atractivas en absoluto. Son esos cristianos que el papa Francisco llama “cara de vinagre” y que pretenden transmitir su fe utilizando conceptos que suponen claros y convincentes. A quien quiere comunicar el Evangelio y no vive su fe de manera atractiva y concreta, solo le queda el camino de las idealizaciones, la fatigosa tarea de intentar formulaciones abstractas y teóricas de realidades que no se dejan atrapar por los conceptos.

El comunicador que procura ser discípulo de Jesús es alguien que está feliz con la fe que tiene y esa felicidad se le nota en su manera vivir. Pero antes de seguir avanzando es necesario detenerse un momento: no hay que confundir esta “forma de ser” con una cuestión de personalidad o de carácter. Hay personas muy serias, e incluso un poco aburridas, que con pocas palabras y gestos, son amables y logran comunicar su fe. Hay enfermos que en medio de sus dolores viven su situación de tal manera que despiertan en los demás admiración, esperanza y hasta alegría. No es algo que esté relacionado con la simpatía o la sonrisa fácil, es más profundo, es vivir como alguien que se sabe “salvado”, que confía en un Dios lleno de misericordia que lo fortalece y le da dignidad en cualquier circunstancia. También en los momentos de tristeza, soledad o miedo, se puede ser testigo del Dios de la vida.

Es penoso escuchar comunicadores que creen que transmiten la alegría del Evangelio porque hablan de Jesús con

una gran sonrisa y emanan un impostado optimismo. Presentan al Señor como si fuera un producto extraordinario que se ofrece como tantos otros que prometen felicidad y buena vida. Más triste aún es el comunicador asustado que advierte con insistencia sobre los males que hay en el mundo y cree que anuncia la Buena Noticia porque al finalizar con sus siniestras profecías dice que Dios es misericordioso y nos va a salvar de tanta desgracia. El final de su discurso suena poco creíble, ciertamente menos creíble que la sensación de miedo que contagia y que nada tiene que ver con el Evangelio que pretende anunciar. Los ejemplos de este tipo de comunicadores lamentablemente abundan, recurren a la más baja de las estrategias: generar miedo y culpa para después presentarse como la solución para esas angustias que ellos mismos sembraron.

El auténtico discípulo y amigo del Nazareno, descubre día a día como una realidad que casi puede tocar, la verdad de aquella frase de Jesús: “Yo he venido para que tengan vida y la tengan en abundancia (Jn 10,10)”. Todos los gestos y las palabras de quien sinceramente quiere seguir a Jesús transmiten amor al don de la vida, tanto en el gozo como en el sufrimiento; en la salud y en la enfermedad; en el encuentro y en la soledad; incluso en la culpa sigue confiando y, hasta llega al extremo de ser capaz de disfrutar de la inocencia sin vanagloria ni temor.

Cuando el discípulo de Jesús está frente a un micrófono, una cámara o una computadora, transmite libertad interior, valentía, amor a la verdad; sabe que entre su audiencia hay personas débiles, sufrientes, enfermas, pobres, y los tiene presentes en todo momento porque sabe que él es uno de ellos. El discípulo, cuando comunica, nunca siembra miedo, y en las situaciones más difíciles es capaz de encontrar una palabra de esperanza, que no suena a consuelo de compro-

miso, sino a esperanza que se apoya en su experiencia y en una fe, que a veces no sabe explicar, pero que sostiene su vocación y su vida.

El discípulo de Jesús, casi sin palabras, presenta su vida como testimonio. Pero eso no quiere decir que se presenta como alguien moralmente intachable, se sabe pecador y se nota que lo sabe, se le nota especialmente en su manera de hablar del pecado y en su modo de dirigirse a los pecadores. Está más ocupado en su propia conversión que en la de los que lo están escuchando. Su testimonio no es una vida cabal y respetable, sino una vida de alguien que procura seguir las huellas de Jesús en su amor a los más desvalidos; en su compasión por toda desgracia; en su pasión por defender la dignidad de toda persona; en su cuidado y respeto por la creación; en su mirada de amor hacia toda debilidad humana. Es esa manera de vivir y comunicar, la que despierta el interés por conocer a Jesús y a su Evangelio.

Las palabras y los signos

Todas las palabras, los gestos o los signos que usemos para referirnos a Dios, son insuficientes. Nunca pueden expresar la realidad de Dios. Dios es siempre más que aquello que nosotros podamos expresar acerca de Él. Creemos en Dios, no en nuestras palabras sobre Él. Hasta la formulación dogmática más precisa es solo un intento de expresar de la mejor manera posible lo que apenas se puede bosquejar.

Nunca terminaremos de conocer a Jesús como nunca acabaremos de conocer a cualquier persona, ni a nosotros mismos. Por eso nuestra manera de hablar es siempre un intento, una humilde búsqueda de la palabra o el signo menos incorrectos. El discípulo de Jesús está siempre aprendiendo, poco a poco aprende a hablar como Él; aprende a usar las imágenes como Jesús las usaba, aprende no solo sus

palabras sino también sus silencios y sus actitudes, y hasta sabe mirar como Él. También aprende a llorar como lloraba, a sufrir y morir como lo hizo el Maestro.

Las palabras y los signos del comunicador que pretende Evangelizar no pueden ser otros que los que usaba Jesús. En esto no hay “puesta al día” posible, por la sencilla razón de que no hay nada más actual que la manera de hablar de Jesús, no hay temas más candentes que los que Él trata. Jesús no está dos mil años atrás, está adelante, muy por delante. Cuando pretendemos actualizar su lenguaje, disimuladamente nos estamos apropiando de él y acomodándolo a nuestras circunstancias. Lo que sí hay que replantear es todo lo demás: vestimentas, costumbres, tonos de voz, temáticas y urgencias que poco tienen que ver con la vida concreta y con el Evangelio de Jesús. Lo que urge cambiar o eliminar es aquello que oculta el Evangelio de Jesús.

Quienes entran en muchas de nuestras Iglesias o pretenden incorporarse a alguna de nuestras comunidades, tienen que recorrer un largo camino hasta descubrir el Evangelio que se oculta detrás de infinidad de otras cuestiones, a veces buenas y bienintencionadas, pero que no nos ofrecen el contacto directo y vivo con el Dios de la vida. Lo mismo ocurre en nuestros medios de comunicación. Para llegar a Jesús primero hay que oír hablar de preservativos, abortos, peleas ideológicas, discusiones sobre chismes de sacristía, largos discursos de supuestos intelectuales; la lista es desgraciadamente muy larga. Y todo eso, en un tono habitualmente arrogante de quienes se creen dueños y señores de verdades que se usan como proyectiles para arrojar. En Jesús no se encuentra nada así, lo que hay son propuestas respetuosas cargadas de ternura, humildad y cercanía. Su manera de actuar y expresarse es esa misma hasta en sus discusiones con los jefes del pueblo o, ya al borde de la muerte, con el mismo Pilatos.

“Estén siempre dispuestos a defenderse delante de cualquiera que les pida razón de la esperanza que ustedes tienen. Pero háganlo con delicadeza y respeto, y con tranquilidad de conciencia.” (1 Ped. 3,15) A Pedro y a sus compañeros los llevaban ante tribunales, a veces ante leones u otro tipo de suplicios. Actualmente muchos hermanos viven situaciones parecidas. En los medios de comunicación, sin derramar sangre, se montan en ocasiones circos parecidos a aquellos circos romanos.

Para que nuestra esperanza sea lo que moleste y lo que genere rechazo, antes es necesario mostrarla y que se nos conozca por ella. Habitualmente, en las discusiones que observamos en los medios ¿Se nos critica por nuestra esperanza, por esa alegría cristiana que nadie nos puede quitar, o por otros motivos que poco tienen que ver con el Evangelio? ¿respondemos “con delicadeza y respeto, y con tranquilidad de conciencia”? En las radios, las televisiones, los periódicos, los sitios de internet y las redes sociales ¿hablamos del Evangelio y como se habla en el Evangelio? ¿de qué hablamos si no hablamos de Jesús?

Dice el papa Francisco citando a Benedicto XVI: “No se ofrece un testimonio cristiano bombardeando mensajes religiosos, sino con la voluntad de donarse a los demás «a través de la disponibilidad, para responder pacientemente y con respeto a sus preguntas y sus dudas en el camino de búsqueda de la verdad y del sentido de la existencia humana”. *Bombardear* no es una actitud evangélica, ni siquiera si lo hacemos con mensajes religiosos.

Y cuando sí hablamos de Jesús (que a veces lo hacemos) ¿qué palabras y signos usamos? ¿Lo que nos propone el marketing de última generación, que diseñan especialistas en “imagen corporativa”? ¿Somos de aquellos que prefieren palabras y signos anticuados y fuera de lugar que no per-

tenecen al Evangelio sino a culturas ya superadas?, o intentamos con sencillez en nuestra vida y nuestra manera de comunicar, presentar la vida de Jesús tal como la hemos podido descubrir en las experiencias cotidianas y en los textos sagrados.

La actualidad

La actualidad del mensaje y por lo tanto su vigencia y atractivo, depende de nuestra capacidad de poner en contacto las palabras de siempre con las situaciones de ahora.

Al comienzo de su encíclica *Laudato Si*, el papa Francisco señala: “Las reflexiones teológicas o filosóficas sobre la situación de la humanidad y del mundo pueden sonar a mensaje repetido y abstracto si no se presentan nuevamente a partir de una confrontación con el contexto actual, en lo que tiene de inédito para la historia de la humanidad.” (LS 17) La vida nos presenta constantemente situaciones nuevas, a nivel mundial, local o personal. La realidad se transforma a cada instante ante nuestros ojos.

La preocupación por “la actualidad”, que para muchos es sinónimo de frivolidad o superficialidad, es esencial para el comunicador. Es allí, en la actualidad, en donde vivimos las personas normales, allí sufrimos y gozamos, nacemos y morimos. Jesús hablaba de lo que la gente estaba viviendo en ese momento, no elaboraba conceptos que sirvieran para toda ocasión y lugar. La manera de trascender el tiempo no es ser atemporal y teórico, sino concreto y comprometido con la realidad del momento.

Para el comunicador, esta exigencia de la actualidad está unida también a la necesidad de presentar el mensaje de Jesús despojado de todo aquello que se le fue agregando con el paso de los años. En este tema también es un maestro el papa Francisco. En un mensaje dirigido a teólogos hace un

llamado que es útil para los comunicadores: “Debemos tomarnos el trabajo, el arduo trabajo, de distinguir el mensaje de Vida de su forma de transmisión, de los elementos culturales en los que en un tiempo fue codificado. (...) No hacer este ejercicio de discernimiento lleva sí o sí a traicionar el contenido del mensaje. Hace que la Buena Nueva deje de ser nueva y especialmente buena, volviéndose una palabra estéril, vacía de toda su fuerza creadora, sanadora, resucitadora, poniendo así en peligro la fe de las personas de nuestro tiempo” (*Videomensaje 3/9/15*).

Cuando las palabras y los gestos de Jesús se alejan de la realidad que viven las personas, la Buena Noticia deja de ser buena y nueva, se convierte en algo que en lugar de iluminar confunde. La claridad con la que Francisco habla sobre este tema obliga a citarlo textualmente: “A veces, escuchando un lenguaje completamente ortodoxo, lo que los fieles reciben, debido al lenguaje que ellos utilizan y comprenden, es algo que no responde al verdadero Evangelio de Jesucristo. Con la santa intención de comunicarles la verdad sobre Dios y sobre el ser humano, en algunas ocasiones les damos un falso dios o un ideal humano que no es verdaderamente cristiano. De ese modo, somos fieles a una formulación, pero no entregamos la substancia. Ése es el riesgo más grave.” (EG. 41)

De la cita del Papa conviene subrayar la expresión “debido al lenguaje que ellos utilizan y comprenden”. “Ellos” son las personas comunes y corrientes de nuestro tiempo, que tiene como todo tiempo su propio lenguaje. Por ejemplo, expresiones como “Ser Supremo”, “Señor de vivos y muertos”, “Rey omnipotente y sempiterno”, son verdaderas pero hoy son incomprensibles, y es más, son palabras que alejan y transmiten lo contrario de lo que queremos decir al hablar de Jesús y su mensaje de amor.

El mismo Jesús nos enseña a huir de expresiones que pueden confundir y a buscar palabras adecuadas. Lo hace cuando no permite a sus discípulos que lo llamen “Mesías”. Él era el Mesías, la palabra no podía ser más precisa, era la expresión exacta para describir quién era el Señor, sin embargo en esos momentos prefiere evitar la palabra, porque en la mentalidad de quienes lo escuchaban significaba algo que distorsionaba lo que Él quería transmitir. La palabra “Mesías” se había cargado de un significado que dificultaba la comprensión de la Buena Noticia del Reino y entonces ¡la deja de lado! No organiza un curso para explicar el término. No escribe un largo y preciso documento explicando en qué sentido hay que usar la palabra Mesías.

Poco después, cuando ya había pasado la pasión, muerte y resurrección del Señor, la palabra se convertirá en un término clave, pero su sentido será nuevo, iluminado ahora por la experiencia de la Pascua. En esa nueva “actualidad” había llegado el momento de utilizar y entender correctamente la palabra “Mesías”. Jesús mismo nos enseña a usar las palabras en función del contexto del espacio y del tiempo, en una palabra, sus palabras tiene en cuenta la actualidad.

Los comunicadores trabajan pendientes de la actualidad y esto les ha ganado en la Iglesia un lugar “de escasa valoración”, para decirlo con elegancia. Esa obsesión por la actualidad, que es tan valorada en otros contextos, es poco apreciada y en muchos casos descalificada en el ambiente eclesial. Lo podemos plantear de otra forma: en una institución con dos mil años de historia y consagrada a las “verdades eternas”, dedicarse a “la actualidad” es ocuparse de cosas poco importantes.

Resulta interesante relacionar estos prejuicios sobre «la actualidad» con lo que dijo Francisco sobre el “hoy” en Río de Janeiro a los Obispos Latinoamericanos: “Dios es real y

se manifiesta en el *hoy* (...) El *hoy* es lo más parecido a la eternidad; más aún: el *hoy* es chispa de eternidad. En el hoy se juega la vida eterna.”

En el mismo videomensaje citado más arriba el Papa les dice a los teólogos: “no se es cristiano de la misma manera en la Argentina de hoy que en la Argentina de hace 100 años. No se es cristiano de la misma manera en la India, en Canadá, o en Roma. Por lo que una de las principales tareas del teólogo es discernir, reflexionar: ¿qué significa ser cristiano *hoy, en el aquí y ahora.*”

Cuando el comunicador está atento al «hoy de la vida, no se está distraendo en lo anecdótico o superficial sino que está buscando en nuestro tiempo y nuestra realidad el “tesoro escondido”, el Reino. Si se pretende hacer lo que hacía Jesús no hay que ir a buscar al pasado frases o imágenes que iluminen el presente, sino profundizar en el presente para encontrar en él las huellas del Dios de Jesús.

Cercanos

Junto al tema de la actualidad está el de la cercanía. La cuestión es clave, hunde sus raíces en un aspecto esencial del Evangelio ¿quién es mi prójimo? ¿De quien estoy próximo, cercano? En la encíclica *Laudato Si*, cuando el Papa señala la causa por la que los pobres son los más perjudicados con los atropellos a la naturaleza, dice algo que toca especialmente a los comunicadores: “Eso (el perjuicio que se causa a los excluidos) se debe en parte a que muchos profesionales, formadores de opinión, medios de comunicación y centros de poder están ubicados lejos de ellos, en áreas urbanas aisladas, sin tomar contacto directo con sus problemas. Viven y reflexionan desde la comodidad de un desarrollo y de una calidad de vida que no están al alcance de la mayoría de la población mundial. Esta falta de contacto físico y de encuen-

tro, ayuda a cauterizar la conciencia y a ignorar parte de la realidad en análisis sesgados.” (LS 49)

La distancia “ayuda a cauterizar la conciencia”. La expresión es muy fuerte y desafiante. No estamos ante un tema menor, seremos juzgados por cómo actuamos ante los más débiles, “cada vez que lo hicieron con el más pequeño de mis hermanos, lo hicieron conmigo” (Mt 25,40).

En la era de internet, estas palabras nos interpelan de manera especial y nos obligan a preguntarnos ¿Qué es ser “cercano”? ¿abrazar niños y enfermos? ¿estar disponible a cualquier solicitud? ¿tener un estilo de vida que no nos aleje de la gente? Sin dudas es todo eso, pero ¿nada más? Para los comunicadores que quieren vivir su vocación siendo fieles al Evangelio ¿qué es ser cercano? ¿qué es salir al encuentro?

Fácilmente quedamos atrapados por algunos prejuicios: quienes trabajan en un hospital, parecen cercanos al dolor y al sufrimiento; quienes lo hacen frente a una computadora parecen lejanos. En realidad son imágenes que esconden una trampa. Se puede estar en un hospital muy lejos del dolor, con la conciencia “cauterizada” justamente por la constante exposición al sufrimiento humano, y es posible pasar horas ante una computadora muy cerca del dolor y trabajando para aliviarlo o suprimirlo. Solo si pudiéramos mirar los corazones encontraríamos una respuesta para cada caso.

Hay espacios en internet que son cercanos y otros que son lejanos; otro tanto podemos decir de programas de radio o de televisión; de libros o publicaciones. También hay capellanes, religiosos, enfermeras, cercanos o lejanos. Tanto en “los medios” como en “la vida real”, el desafío está en detalles que pueden no percibirse fácilmente pero que hacen la diferencia entre cercano y lejano. Para mencionar solo unos pocos ejemplos: el tono que utilizamos, la manera de mirar y mostrar el sufrimiento humano, los temas que trata-

mos; en esos “detalles” se juega a todo o nada la proximidad o la lejanía. En el modo de hacer las cosas concretas se manifiesta, o no, la proximidad del comunicador al Evangelio y por lo tanto a los “más pequeños”.

El mismo Santo Padre señala en ese discurso a los Obispos de Latinoamérica, en Río de Janeiro, que la cercanía y el encuentro no son dos categorías nuevas, “sino que conforman la manera como se reveló Dios en la historia. Es el “Dios cercano” a su pueblo, cercanía que llega al máximo al encarnarse. Es el Dios que sale al encuentro de su pueblo.” Por lo tanto, cercanía y actualidad van de la mano: Dios es cercano porque se inserta en el “hoy” de cada historia.

Nuevamente la pregunta ¿qué es ser cercano para los comunicadores, qué es para ellos salir al encuentro de las personas? Y otra vez debemos hacer el esfuerzo por superar prejuicios y frases hechas que se han grabado a fuego en el corazón de pastores y rebaños: ¿Quién es más cercano, el que toca el timbre en una casa o el que se mete en ella a través de esos invisibles hilos de las nuevas tecnologías? ¿el que habla cara a cara, o el que desde la radio, la televisión o la computadora, entra en un diálogo a veces silencioso y profundo con alguien que nunca conocerá personalmente? Tanto en un caso como en el otro se puede ser cercano o lejano.

Todo dependerá no solo de las formas más o menos amables sino, en primer lugar, de la distancia que ese encuentro tenga con “el hoy” de las personas y los pueblos. La distancia a medir es la que hay con respecto al “hoy”. Las personas distantes son las que desde los conceptos enumeran verdades válidas para cualquier ser humano, de cualquier continente o época histórica. Quienes hablan así son distantes aunque estén físicamente presentes. Las personas cercanas siempre están conectadas con la realidad y las vidas de

hombres y mujeres concretos, aunque estén a kilómetros, y hasta a siglos, de distancia. Se puede llorar leyendo a san Agustín, y se puede bostezar escuchando al párroco.

Atento al “hoy” en el que vive y viven sus hermanos, el comunicador descubre que no hay barreras de tiempo y espacio para el Evangelio. De esa manera puede vivir y transmitir la experiencia más profunda y conmovedora: ser aquí y ahora, uno de los “primeros discípulos”. Entonces experimentará en sí mismo por qué “la Iglesia no hace proselitismo”, por qué “como Cristo, *atrae a todos a sí* con la fuerza de su amor”.

IV

EVANGELIOS Y COMUNICACIÓN ECLESIAL

La imagen de la Iglesia

La cuestión de “la imagen de la Iglesia” es uno de los temas recurrentes en los encuentros o debates sobre la Iglesia y la comunicación. Desde hace muchos años el tema vuelve una y otra vez. Se han escrito libros como para llenar bibliotecas. Universidades y escuelas de comunicación estudian, desde distintos puntos de vista, las diferentes estrategias que sería conveniente desarrollar para “mejorar la imagen de la Iglesia”. La palabra “mejorar” indica que, al menos para quienes presentan el tema, la imagen es mala o al menos inadecuada.

Establecida esa necesidad de “mejorar” como un presupuesto que no necesita demostración, se han gastado verdaderas fortunas en consultorías dedicadas a estas cuestiones y se ha invertido una inmensa cantidad de tiempo y esfuerzo. Los resultados no han justificado semejante gasto de energía y todos esos estudios se convirtieron súbitamente en prehistóricos cuando los mismos expertos intentaron explicar el cambio ocurrido con la elección de Francisco. La imagen de la Iglesia cambió de un día para el otro de una manera no prevista por ninguno de esos especialistas. Dos datos no fueron tenidos en cuenta durante todos estos años de investigaciones. El primero, que la Iglesia es una institución completamente atípica e imposible de comparar con cualquier otra. El segundo, que en los Evangelios ya se en-

cuentra la respuesta a todas esas inquietudes sobre la imagen de la Iglesia.

En primer lugar, se trata de Evangelios, en plural. El autor de cada uno de los cuatro Evangelios ofrece el mismo contenido con matices diferentes. La razón: están escritos para públicos diferentes. Sin poner muchos cuidados en ofrecer una única imagen, cada uno se adapta con libertad a sus destinatarios procurando que lo esencial sea expresado con claridad, pero sin dificultades en mostrar los mismos hechos y mensajes de maneras distintas. No se observa la menor preocupación por la imagen de una institución que estaba naciendo y mucho menos por mostrar una presentación de una manera uniforme y única de los acontecimientos que habían vivido.

Este desinterés por la imagen se hace más patente aún cuando observamos la manera de presentar al mismo Jesús. Es probable que, si los evangelistas hubieran contado con el asesoramiento de modernos “asesores de imagen”, no hubieran dejado por escrito varias cosas. Por ejemplo el relato de Jesús en el huerto de Getsemaní, o la demora en llegar a salvar la vida de su amigo Lázaro, o la aceptada proximidad con prostitutas y otros personajes de la peor calaña. Es posible que los asesores de imagen hubieran recomendado borrar la expresión “Dios mío, Dios mío, por qué me has abandonado” e incluso ese encuentro a solas con la samaritana, que a los apóstoles los deja tan perplejos que no se atrevían a preguntarle nada.

Pero la mayor prueba de que los autores sagrados no contaron con asesores de imagen la encontramos en la manera en la que se habla de los mismos apóstoles. No se disimula ninguno de sus errores o defectos, incluso en ocasiones se los subraya. No se oculta que no entendían a su Maestro ni tampoco las rencillas internas por ocupar los primeros lugares. Asombrosamente el que queda más expuesto en este

señalamiento de limitaciones en los discípulos es nada más y nada menos que Pedro. Un error inaceptable, si de lo que se trataba era de fundar una institución con “buena imagen” que se edificaba justamente sobre esa piedra.

Cuando ampliamos la mirada al libro de los Hechos de los apóstoles y a las cartas de Pablo o de los otros autores sagrados, el tema se hace más complejo aún. No se oculta el origen de Pablo que participa de la lapidación de Esteban, ni las diferencias entre Pablo y Pedro. Las primeras comunidades exhiben sus problemas internos sin el menor pudor y algunas cartas ponen en evidencia graves conflictos. Los ejemplos son muchos y no es necesario recordarlos a cada uno en este momento, lo que importa es decir que está claro que las primeras comunidades no estaban preocupadas por la imagen de sí mismas.

¿Se trata de un descuido, propio de una comunidad que no logra organizarse bien ni transmitir correctamente su propuesta? Al contrario, detrás de ese aparente descuido hay un mensaje muy claro: la eficacia de la evangelización no depende del testimonio inobjetable de los miembros de la comunidad, no son una comunidad de perfectos sino de pecadores perdonados y la eficacia es obra del Espíritu Santo, no de ellos ni de sus virtudes personales. Sus debilidades forman parte del anuncio.

En los textos sagrados se descubre un amor y una fascinación hacia la figura del Señor que luego de Pentecostés se traslada a un idéntico amor hacia la comunidad en la que se encuentra y se celebra la presencia del Señor resucitado. Pero no hay ni una línea que nos hable de esa especie de narcisismo eclesial que pretende presentar la institución como un grupo de elegidos y que –y esto es lo peor– pretende apoyar la eficacia de su accionar en las virtudes de sus miembros.

Al libro de los Hechos de los apóstoles se lo llama también “el Evangelio del Espíritu Santo”. Allí lo que se narra es la acción del Espíritu a través de una comunidad formada por personas pobres y frágiles. Es coherente con lo que había hecho Jesús con sus discípulos, es la continuación de la lógica del pesebre y de la cruz, es la expresión de las bienaventuranzas. María, esa muchacha pobre y llena de fe, es el modelo de la Iglesia. Ella no había conocido ni el pecado original, pero el testimonio de su vida no fue la causa por la que todo Nazaret se convirtiera al Evangelio. Su misión era otra, estar de pie ante la cruz, orar con los discípulos para esperar la llegada del Espíritu.

Es ese Espíritu el gran protagonista de ayer y de hoy, los hombres y mujeres de la Iglesia somos y seremos siempre pobres, frágiles y pecadores. Solo nos diferencia la fe en la misericordia del Padre que aprendimos de Jesús. Esa es la actitud desde la que hay que comunicar en cualquier ámbito en el que nos encontremos. Los intentos por presentar una Iglesia resplandeciente de virtudes, ante la cual el mundo tenga que rendirse, es una ilusión ajena al Evangelio.

Las “nuevas” pobreza

La profundidad de las transformaciones que se están produciendo en el ámbito de las comunicaciones exige replantear el tema Iglesia y comunicación desde nuevos parámetros. Los comunicadores de la Iglesia no pueden ser solamente personas hábiles en la distribución de la información eclesial. Ese trabajo hay que hacerlo y hacerlo bien, pero no deja de ser un tema menor y acotado al interés de un pequeño grupo. El verdadero desafío está en otro lugar: ¿cómo presentar el Reino que hemos descubierto gracias a nuestro encuentro con Jesús? Y esa pregunta, en este momento histórico, es inseparable de otra: ¿cómo usar las tecnologías para aliviar y

curar esas “nuevas” pobrezaas que la misma tecnología pone al descubierto? También en la civilización de las pantallas la evangelización comienza por los más pobres y ellos son tanto los destinatarios como los protagonistas.

¿Quiénes son los pobres en internet? Ante los Obispos en Filadelfia el papa Francisco habló de la soledad como una de las características de nuestro tiempo y señaló que ese aislamiento, en el que están atrapadas millones de personas, es una de las raíces de muchas de las tragedias contemporáneas. Además, relacionó esa soledad con el fenómeno de internet: “Corriendo detrás de un *like*, corriendo detrás de aumentar el número de *followers* en cualquiera de las redes sociales, así van –así vamo – los seres humanos en la propuesta que ofrece esta sociedad contemporánea. Una soledad con miedo al compromiso y una búsqueda desenfrenada por sentirse reconocido.”

Se trata de un hecho fácilmente observable para todos los que utilizan las redes sociales o están atentos a lo que se publica en internet, detrás de muchas palabras, fotos, videos, comentarios, es posible adivinar inmensos dolores en busca algún alivio. No es difícil descubrir soledades, resentimientos, enojos, odios y muchos otros “malos espíritus” de esos que se instalan en el alma humana cuando el aislamiento se apodera de las personas.

Cuando circulamos por los misteriosos e invisibles hilos de internet no encontramos en nuestro camino las mismas realidades con las que nos topamos al caminar por una ciudad “familias durmiendo en la calle, mendigos, barrios enteros sumidos en condiciones de vida inhumanas” pero es fácil toparse con otro tipo de pobrezaas, también desgarradoras y que exigen atención. Es una simplificación insostenible dividir el mundo entre quienes caminan por la calle y se encuentran con los pobres, y, por otro lado, quienes caminan

por internet y no pueden verlos porque están circulando por un mundo irreal. La red de redes nos muestra pobrezas tan reales como las que encontramos en cualquier lugar, nos muestra personas y situaciones también conmovedoras ante las que no podemos permanecer indiferentes.

Quienes “caminamos” por internet además lo hacemos por las calles y no podríamos inquietarnos ante unas miserias y no ante otras. Sería hipócrita impresionarse ante la imagen de un niño durmiendo en la calle y permanecer insensible ante los dolores que quedan expuestos en una palabra o un comentario publicados en la red, allí también hay cuerpos concretos que sufren y de una manera u otra piden ayuda y alivio para su dolor.

El Papa sabe, y lo ha señalado en varias oportunidades, que en la red de redes hay espacio para el compromiso, para una presencia que permita abrir nuevos horizontes, que ofrezca elementos para quienes buscan a tientas entre las pantallas lo que no logran alcanzar en la vida afectiva o en su entorno social. Justamente uno de los aportes más significativos que se pueden hacer utilizando las nuevas tecnologías está vinculado con este tema, porque las nuevas tecnologías más que la causa de las soledades es el instrumento que las pone en evidencia.

Desde mucho antes de la aparición de internet los vínculos humanos se están resquebrajando, las familias se rompen, los niños se alejan de sus padres y los abuelos son abandonados. Todo eso no comenzó con las nuevas tecnologías. La novedad radica en que ahora millones de personas usan esas tecnologías para expresarse y de esa manera buscan superar su aislamiento. Todo esto nos habla de nuevas formas de pobrezas y exclusiones y, también, de nuevas formas de ser hombres y mujeres que faciliten la salida a quienes viven esas pobrezas. Sabemos bien que esas carencias

materiales o espirituales no tienen nada de “nuevas”, son muy antiguas, pero ahora podemos verlas de una manera que sí es novedosa.

Considerar los teléfonos celulares, las computadoras o las tabletas, como instrumentos demoníacos que generan soledad, aislamiento y alienación, es caer en una trampa muy torpe y poner el problema “afuera”, en los aparatos. El drama se vive en el corazón de hombres y mujeres que buscan en esos dispositivos una salida que nadie les ofrece. Las raíces de la soledad y el sinsentido de la vida que destruyen los vínculos entre las personas hay que buscarlas en otro sitio, no están en los celulares. Estamos hablando de un fenómeno que es muy anterior a la aparición en escena de las nuevas tecnologías.

La realidad que observamos al visitar sitios “católicos” en internet nos lleva a formularnos otra pregunta: ¿No ocurrirá que en muchos casos, precisamente las personas que quieren comunicar desde la Iglesia son las que están huyendo de “una soledad con miedo al compromiso?” En ocasiones, visitando páginas dedicadas a difundir la Buena Noticia o las informaciones de la Iglesia, se tiene la impresión de que quienes están más asustados, aislados y alienados, son precisamente quienes se presentan a sí mismos como personas de fe. Detrás de muchos optimismos sobreactuados “o de apocalípticas descripciones del mundo en el que vivimos” se adivina más “una búsqueda desenfrenada por sentirse reconocido”, como dice el Papa, que una vocación por comunicar el Evangelio.

En ese mismo discurso en Filadelfia Francisco exclamaba: “¿Debemos condenar a nuestros jóvenes por haber crecido en esta sociedad? ¿Debemos anatematizarlos por vivir este mundo? ¿Ellos deben escuchar de sus pastores frases como: «Todo pasado fue mejor», «El mundo es un desastre y,

si esto sigue así, no sabemos dónde vamos a parar»? (...) No, no creo, no creo que este sea el camino. Nosotros, pastores tras las huellas del Pastor, estamos invitados a buscar, acompañar, levantar, curar las heridas de nuestro tiempo. Mirar la realidad con los ojos de aquel que se sabe interpelado al movimiento, a la conversión pastoral.”

Un punto de referencia

“La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas. La neutralidad de los medios de comunicación es aparente: solo quien comunica poniéndose en juego a sí mismo puede representar un punto de referencia. El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador.”

Esta frase del papa Francisco nos muestra, entre otras cosas, la clave para comprender su sorprendente protagonismo en todos los medios de comunicación contemporáneos. Él se pone “en juego a sí mismo”. Se arriesga, dice lo que piensa y siente, vuelve sobre sus pasos cuando se da cuenta que no es comprendido y aclara lo que quiso decir. No elude los temas complejos y los trata con palabras comunes. Huye de los tecnicismos que aportan precisión pero que conforman un lenguaje inaccesible para la mayoría. Prefiere las imprecisiones del lenguaje común, se arriesga a usar palabras que pueden ser interpretadas de muchas maneras e incluso a inventar palabras nuevas. Todo eso es ponerse “en juego a sí mismo”. La expresión no se refiere a lo que él se arriesga cuando se expone casi sin custodia a las multitudes. También es un riesgo, y quizás para un Papa un riesgo mayor, expresarse como alguien libre y espontáneo, usar un lenguaje comprensible para las personas comunes y por lo mismo “peligroso” para los especialistas obsesionados por las formulaciones incuestionables, más que por la claridad de lo que se quiere transmitir.

Cuando lo que se dice es comprendido con facilidad y expresado con libertad, entonces el que comunica “puede representar un punto de referencia”. Ese es justamente el objetivo máximo de cualquier comunicador y de todos los medios de comunicación. Cuando se logra ser “un punto de referencia”, se ha logrado el objetivo, eso es a lo que siempre se aspira cuando se pretende ser alguien relevante en el mundo de las comunicaciones.

Lo sorprendente es el camino que señala el Papa para lograr ese “éxito”. No es un camino que se apoya en estudios de mercado, *focus group*, análisis de audiencias o cualquier otro de esos sofisticados instrumentos que habitualmente utilizan los que quieren vender un producto o ser “punto de referencia” en la sociedad ¿Cuál es el punto de apoyo entonces? Para ser “punto de referencia” justamente lo primero que hay que lograr es no verse a sí mismo como un producto en venta.

¿Descubrimiento genial? ¿novedad sorprendente? No. Evangelio en estado puro. Francisco es eficaz usando la originalidad del lenguaje, y los signos, que encontramos en los evangelios. Para comunicar desde la Iglesia no hay que pedirle prestado nada a nadie, y menos aún pagar fortunas por ello, hay que ser fiel a los sencillos y eficaces medios utilizados y recomendados por el mismo Jesús. Él no era un experto en comunicación institucional, era algo más simple y difícil: era coherente, claro, directo. No tenía nada que ocultar, no había en Él segundas intenciones.

La misma actitud comunicadora la podemos encontrar en personajes que transformaron la historia de sus sociedades: Gandhi, Luther King, Mandela, y muchos otros, no necesitaron como tarjeta de presentación nada más y nada menos que su honestidad intelectual y su compromiso personal. Todos aquellos que nos presenta la historia como

“punto de referencia” han sido luchadores por la dignidad de las personas. No fueron defensores de sus propios derechos humanos, al contrario, los arriesgaron, sus propios derechos fueron pisoteados y hasta perdieron la vida defendiendo el derecho a la vida digna de sus hermanos o conciudadanos. Los verdaderos defensores de los derechos humanos defienden los derechos de los demás arriesgando los propios.

“El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador”, continúa diciendo Francisco. Tomar riesgos y comprometerse, es la fórmula que se nos propone. El camino a recorrer es no eludir los temas difíciles, asumir la situación e ir al fondo de las cuestiones sin apartarse de la realidad. Cuando en *Evangelii Gaudium* el Papa explica que la realidad es más importante que la idea, señala: “Hay políticos —e incluso dirigentes religiosos— que se preguntan por qué el pueblo no los comprende y no los sigue, si sus propuestas son tan lógicas y claras. Posiblemente sea porque se instalaron en el reino de la pura idea y redujeron la política o la fe a la retórica. Otros olvidaron la sencillez e importaron desde fuera una racionalidad ajena a la gente” (EG 232)

No es suficiente ser “lógico y claro”, como son la mayoría de los documentos y declaraciones eclesiológicos, hace falta además el compromiso personal con aquello que se está diciendo, si no existe ese compromiso los discursos quedan vacíos y naufragan inevitablemente. “No poner en práctica, no llevar a la realidad la Palabra, es edificar sobre arena, permanecer en la pura idea y degenerar en intimismos y gnosticismos que no dan fruto, que esterilizan su dinamismo.” (EG 233)

En la red de redes es muy común encontrarse con esos “intimismos y gnosticismos”, la fe cristiana se presenta des-

vinculada del compromiso con el hermano y convertida solo en una piedad individualista en la que cada uno se relaciona con Dios como si el prójimo no existiera. Se vive así una religiosidad que no está enraizada en una comunidad concreta y que en la práctica se reduce a un moralismo o un ritualismo vacíos. Internet nos muestra muchos cristianos que viven su fe de esa manera.

Los comunicadores de la Iglesia que pretendan ser un “punto de referencia”, deberán superar en su tarea la mera información eclesiástica, y asumir un compromiso valiente y decidido en la defensa de aquellos que no son respetados en su dignidad.

Nuevos vínculos

La comunicación del Evangelio establece vínculos nuevos entre las personas, renueva y transforma la manera que tenemos de relacionarnos. Cada persona que descubre en Jesús la alegría del Evangelio queda vinculada de una manera diferente con quienes encuentra en el camino de la vida. No se anuncia el Evangelio como se ofrece un producto que el destinatario del mensaje puede comprar y después seguir adelante sin que haya cambiado nada. Cuando no ocurre esa transformación y la información recibida sobre Jesús genera una relación individual con el Señor, una relación que no se concreta en un cambio en sus vínculos con los demás, todo indica que el encuentro ha sido muy superficial y aún falta un largo recorrido.

Proponer el Evangelio a través de los medios de comunicación es facilitar un primer encuentro que luego tiene que madurar. Por eso la imagen del sembrador que usa Jesús para explicar la tarea del que evangeliza es irremplazable. Cuando se habla por radio, por televisión, en las redes sociales o en cualquier medio masivo, se está sembrando, nada

más y nada menos. Sin dudas se está haciendo algo que puede ser decisivo para la vida de muchas personas, pero seguramente también en muchos de los que escuchen la semilla no germinará. Como dice la parábola, “al sembrar, una parte de la semilla cayó al borde del camino, donde fue pisoteada y se la comieron los pájaros del cielo. Otra parte cayó sobre las piedras y, al brotar, se secó por falta de humedad. Otra cayó entre las espinas, y estas, la ahogaron. Otra parte cayó en tierra fértil, brotó y produjo fruto al ciento por uno” (Lc 8,5-8).

Los evangelios nos narran numerosos encuentros de Jesús con personas que no reciben su mensaje. Incluso ante milagros impresionantes algunos no comprenden o no quieren aceptar lo que se les dice. Es interesante observar como después de la multiplicación de los panes y los peces las personas van en busca de Jesús y Él les dice: “Les aseguro que ustedes me buscan, no porque vieron signos, sino porque han comido pan hasta saciarse” (Jn. 6,26). No descubrieron lo que significaba el gesto de Jesús, “no vieron signos”, solo vieron el pan y lo comieron. No entendieron lo que el Señor estaba haciendo, se quedaron mirando y masticando el pan; no miraron a quien se los había dado y no se detuvieron un instante a preguntarse quién era ese que era capaz de hacer esas cosas. En varios pasajes de los evangelios encontramos situaciones parecidas.

Jesús explicaba las cosas muy bien, el testimonio de su vida era intachable, su amor y su ternura inagotables, y, sin embargo, algunos después de conocerlo seguían con sus vidas sin cambiar en nada y sin aceptar lo que se les proponía. ¡Y Jesús no los detiene! Respeta la libertad de quien no lo acepta y cada uno sigue su camino.

Para tener en los medios una presencia que pueda llamarse cristiana hay que usar los mismos métodos que usa-

ba Jesús. No se trata de “estrategias de mercado” sino de una manera diferente y original de anunciar un mensaje. Una Iglesia que pretendiera imponerse a los demás traicionaría a su Maestro. El tono que se usa, los gestos, cada palabra, solo pueden ser una invitación respetuosa, de otra manera no seremos fieles anunciadores de una Buena Noticia que transforme a quienes estén dispuestos a recibirla.

En los textos sagrados se nos narran conmovedores encuentros con Jesús que cambian por completo la vida de las personas. En ellos se repite de muchas formas que ese encuentro transforma para siempre, convierte a quienes lo viven en “nuevas creaturas”, se “vuelve a nacer”. En esos casos se establecen nuevos vínculos con Jesús y con las demás personas. Incluso se transforma el vínculo que cada uno tiene consigo mismo. Conviene repetir las palabras de Benedicto XVI: “el encuentro con un acontecimiento, con una Persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva.”

Jesús mismo es alguien siempre vinculado a un pueblo, un tiempo, una cultura. Este vínculo de Jesús con sus orígenes no es un dato menor, es clave para entender todo lo que va a enseñar. Nacemos formando parte de un pueblo y una cultura, y Jesús también es alguien en un contexto histórico y cultural. En todo momento el Señor se presenta como miembro de un pueblo y preocupado por el destino de ese pueblo. Vinculado a una familia, un vecindario, unas tradiciones “no es este el carpintero, el hijo de María y hermano de Santiago, José, Judas y Simón? ¿no están sus hermanas aquí con nosotros?” (Mc 6,3)

En los labios de Jesús la Buena Noticia no está destinada solamente a las personas sino al pueblo al que él pertenece y a todos los pueblos. En los Evangelios “el individuo” como una realidad aislada y sin referencia a “un pueblo” es

alguien al que le falta algo esencial. Uno de los signos más importantes que acompañan la predicación del Maestro es el de reintegrar a la comunidad a quienes están apartados de ella. Ciegos, leprosos, pobres, etc. son reinsertados en la comunidad por las palabras y los gestos de Jesús. Una de las mayores pobreza es la del destierro, la de la no-pertenencia a una familia, una comunidad, un pueblo concreto.

Por otra parte, sin embargo, Jesús tiene una visión crítica de muchos aspectos importantes de la sociedad a la que pertenecía. Rechaza el trato que recibían las mujeres, las acepta en su compañía y ellas tienen un papel destacado en el grupo de discípulos. También es sorprendente su actitud hacia los niños y, especialmente llama la atención su actitud de alejarse de su familia y sus constantes conflictos con las autoridades religiosas y civiles.

Esta manera de pertenecer a una comunidad y a la vez criticarla es un dato importante desde el punto de vista de la comunicación. El comunicador que desempeña su tarea en la Iglesia, si es fiel a su Maestro, debe conservar su capacidad de crítica y facilitar la discusión, el debate y la diversidad de opiniones en la sociedad civil y en la comunidad eclesial.

V

PASTORAL DE LA COMUNICACIÓN

Un poco de historia

Al principio las voces que se escuchaban eran de alerta. Cuando aparecieron los medios masivos de comunicación había que tener cuidado, eran peligrosos y desde ellos brotaban, como malas hierbas, palabras e imágenes inquietantes. En los primeros momentos las reacciones desde la Iglesia ante los medios son ambiguas, por una parte hay cierto deslumbramiento, esos medios son asombrosos y pueden ser una herramienta de extraordinaria utilidad. Pero, por otra, son un peligro: ideas y actitudes ajenas a las enseñanzas de la Iglesia pueden circular con una velocidad sorprendente. Se intuyen los peligros, pero la tentación es muy seductora: con esos medios se podía llegar a millones de personas, eran púlpitos de un alcance extraordinario.

Nace así lo que se llamó la doctrina de “la buena prensa”, era necesario que en esos medios se escucharan las voces correctas, las que decían la verdad. Había que tener medios propios que fueran más escuchados que aquellos que transmitían otros contenidos. También era necesario que en los medios de comunicación “mundanos” estuvieran presentes periodistas que defendieran la doctrina de la Iglesia y presentaran la verdad en medio de las mentiras o los errores. Así fue durante un tiempo la pastoral de la comunicación y, hay que decirlo, para algunos aún hoy la relación con los medios debe ser así.

Poco a poco la advertencia fue cambiando de tono: ya no eran tan malos, en realidad no eran malos ni buenos, solo eran medios, dependerá de cómo se usen. Si hay respeto a la verdad y la moral no habrá problemas, y por eso es importante “ocupar espacios”, lograr “una presencia católica en radios, diarios y televisoras” que permitan “una buena utilización”. La Iglesia, desde un lugar de árbitro que solo ella se había adjudicado, decidía desde conceptos morales lo que estaba bien o estaba mal. El fracaso de esa manera de actuar quedó rápidamente en evidencia, pero aún así esa actitud pastoral no ha desaparecido por completo.

Un poco más tarde, con la llegada de los nuevos vientos que trajo el Concilio Vaticano II, resultó entonces que los medios de comunicación no solo no eran ni buenos ni malos, sino que fueron vistos como “maravillosos inventos” que “el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas”. Comenzaba así una nueva actitud pastoral: estar presente en los medios pero no desde una actitud de censura, no desde el lugar del juez, sino desde el sitio del que acompaña y aprende a usar esos medios y a comprender la lógica con la que ellos actúan. Dejan entonces de ser vistos como espacios a conquistar y comienzan a ser espacios a compartir. La voz de la Iglesia se presenta junto a otras y ya no se trata de usarlos como inmensos púlpitos sino como espacios de encuentro y debate sobre las cuestiones que preocupan a las sociedades.

El paso siguiente fue dado por san Juan Pablo II. Durante su largo pontificado este Papa, que marcó con su carisma el final del siglo XX, utilizó los medios, especialmente la televisión, con mucha habilidad y eficacia. Es el primer Papa que se expone en la televisión prácticamente hasta el momento de su muerte. Incluso su funeral fue un impresionante acontecimiento televisivo. Pero su aporte más significativo fue su

visión de los medios de comunicación como una matriz que estaba plasmando la nueva cultura global. Para ilustrar su punto de vista utilizó la imagen del “areópago moderno”. El pensamiento del Papa es claro y además expresa lo que de hecho él mismo hizo: como Pablo se presentó en el Areópago para hablar a los atenienses sobre “el Dios desconocido”, la Iglesia debía estar presente en los medios porque ese era el espacio de reunión y debate en donde se encontraban las culturas. Allí debían hacer los cristianos su aporte en la construcción de esa nueva cultura naciente y globalizada.

Benedicto XVI avanza aún más. El Papa teólogo desempeña su ministerio en los años en los que internet, en especial las redes sociales, viven su momento de mayor expansión ¿Cuál es su magisterio sobre el tema? Él habla de la tecnología como un espacio para realizar la vocación del hombre hacia la comunión. Para el Benedicto XVI la explicación del éxito y la rápida expansión de los nuevos dispositivos no hay que buscarla en los teléfonos, tabletas o computadoras, sino en el corazón de cada hombre y mujer que ven en ellos una posibilidad de saciar su inagotable ansia de comunicación y comunión.

En su breve pontificado el Papa Benedicto para referirse a internet y las nuevas tecnologías no utiliza la imagen del Areópago sino la del Patio de los Gentiles. Como es sabido en el centro del Templo de Jerusalén estaba el *Sancta Sanctorum*, donde solo podían entrar los sacerdotes; luego el espacio para los que podían entrar en el Templo, los hombres; más lejos el patio de las mujeres en el que ellas podían acercarse a orar y finalmente, el Patio de los Gentiles. Allí podían acceder los que no eran judíos, o los judíos impuros, podía acceder cualquiera que quisiera acercarse al Dios del pueblo judío. El mismo Benedicto recuerda que de ese sitio Jesús expulsa a los mercaderes del Templo señalando que

ese lugar era la casa de su Padre; y nos sorprende al afirmar que internet es como ese patio, un inmenso lugar en donde se reúnen las personas que buscan algo, a veces sin saber qué buscan. Los cristianos, dice, deben estar ahí, respondiendo a esas búsquedas y buscando también ellos.

Una pastoral en continua evolución

Esta rápida y esquemática recorrida que hemos hecho sobre las diferentes actitudes pastorales de la Iglesia ante el fenómeno de la comunicación social nos muestra un camino lleno de vitalidad. Al menos en el más alto nivel de la Iglesia el tema fue seguido con atención y en una constante evolución de conceptos y miradas. A medida que se fue percibiendo lo que ocurría fueron cambiando las respuestas pastorales y a cada paso se fue profundizando más en la comprensión del desafío que este tema implicaba para la Iglesia. No solo estaba en juego su comunicación con la sociedad sino también algo más inquietante: la mirada de la Iglesia sobre ella misma.

Cada una de estas diferentes miradas sobre el fenómeno de la comunicación humana en el último siglo fueron el humus en el que crecieron discursos, homilías, mensajes, y, además, acciones pastorales concretas. Se actuó coherentemente. Quien vio los medios como enemigos los combatió y quien los vio como un campo de combate entre “los buenos y los malos” aceptó el desafío: había que presentar batalla y ver quien tenía más poder. Los que vieron los medios de comunicación como “un lugar de encuentro” se instalaron en ellos a debatir sobre valores, culturas, y concepciones antropológicas. Parecería que finalmente hemos llegado al punto que seguramente debió haber estado en el principio si no hubiera habido tantos temores; ahora es posible ver los medios de comunicación como lo que obviamente son: un

regalo de Dios para una humanidad perpleja ante sí misma. Entonces, si son en primer lugar eso, qué hacemos, cuáles son los discursos, cuáles las acciones.

Quizás lo que hay que hacer sea también bastante obvio: empezar con la pregunta que debió haber surgido el primer día: ¿Para qué el Señor nos hace este regalo? ¿Qué quiere? O, en términos más clásicos: ¿Cuál es su voluntad? Antes de empezar a discutir sobre qué hacer con los medios de comunicación, qué queremos de ellos, podemos y debemos preguntarnos qué quiere el Señor de ellos, para qué es este don que Él mismo ha puesto en nuestras manos. No es suficiente entonces alegrarse porque existen estos dispositivos sorprendentes, ni por lo que tienen de deslumbrante y de hipotéticas posibilidades para la difusión del Evangelio. El tema es más profundo y apasionante.

Por ejemplo: si la actitud es “los medios son medios, depende de cómo se usen”, el paso siguiente es de orden moral o político. El “cómo se usen” está necesariamente en relación a unos criterios y éstos estarán formulados desde alguna cosmovisión o desde algunos intereses. Pero si el punto de partida es “los medios son un don de Dios”, lo que hay que hacer está en el orden de la teología y está relacionado con lo que los maestros espirituales llaman “discernimiento de espíritus”. Entonces las preguntas irían en otra dirección: ¿Qué está diciendo el Señor al hacer este regalo? ¿Qué respuesta espera? ¿Cómo es nuestra mirada hacia este desafío? Estas preguntas son anteriores a cualquier reflexión de tipo moral, político, o de estrategia comunicacional. No son preguntas teóricas, son tan concretas que si no las formulamos no encontraremos nunca el aporte original del Evangelio y en nada se diferenciará la Iglesia de cualquier multinacional de la comunicación.

Iglesia y periodismo

Detrás del término “comunicador” se esconden varias actividades y profesiones, en ocasiones muy diferentes una de otras. No es lo mismo ser un animador de televisión que un periodista; ni un comentarista deportivo que un diseñador gráfico; tampoco son lo mismo el editor de un periódico o el animador de una red social. La lista puede extenderse, pero lo enunciado alcanza para comprender que la palabra tiene significados muy variados.

Podría hacerse una clasificación de todas esas formas de ser comunicador en función de su incidencia en la conformación de una opinión pública. No todas esas tareas o profesiones influyen de la misma manera en la vida de las sociedades. El término “periodista” hace referencia a un tipo de comunicador específico y más allá de las transformaciones que se experimentan en el campo de la comunicación, esa palabra y esa profesión siguen teniendo un lugar especial y destacado.

No todo comunicador hace periodismo. El periodista puede trabajar en la prensa escrita, radial, televisiva; o puede especializarse en la fotografía o en los medios digitales. En cualquier caso su trabajo consiste en descubrir acontecimientos, o investigar temas, que sean de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y hacerlos públicos. Para ello utiliza sus fuentes de información y a partir de esos datos elabora productos, que pueden tomar varias formas: artículos escritos, expresiones orales, visuales o audiovisuales. Hay periodistas especializados en economía y hay corresponsales de guerra; algunos se dedican a la política y otros a temas de ecología. La diversidad es muy amplia.

Los periodistas tienen una relación habitualmente conflictiva con el medio en el que desarrollan su actividad. Lo más común es que la mejor información sea difícil de en-

contrar porque por diferentes motivos se prefiere mantener fuera de la vista del público. Esa búsqueda le ha ganado al periodismo tanto su mala fama “ser personas que se inmiscuyen en temas y situaciones que otros ocultan” como su mayor prestigio, cuando gracias a su tarea determinadas informaciones logran grandes beneficios para la sociedad. De hecho los mejores profesionales del periodismo son también aquellos que más influencia alcanzan en una sociedad determinada y que más influyen en la opinión pública.

Iglesia y periodismo no escapan a esa relación de tensión. Según los países y las situaciones concretas esa tensión aumenta o disminuye. Además, en torno a la Iglesia se han multiplicado los periodistas especializados en temas eclesíásticos e incluso agencias de noticias, canales de televisión o radios y también portales y publicaciones en internet. Es importante señalar que la relación entre las instancias oficiales de la Iglesia y estas agencias, canales, radios o portales “católicos”, no escapa a la lógica de la tensión. Habitualmente cada uno de esos periodistas o medios de información que se presentan como próximos a la Iglesia, son en realidad cercanos a algunas de las diferentes visiones o posturas que existen en la Iglesia. Por este motivo se puede observar una situación paradójica: en ocasiones es más compleja la relación entre la jerarquía –obispos, conferencias episcopales, voceros vaticanos– y estos medios “católicos”, que entre esa misma jerarquía y los medios masivos que no tienen ninguna relación especial con las cuestiones eclesíásticas.

Es inevitable que los periodistas, o los medios para los cuales los periodistas trabajan, tengan que ordenar la información y priorizar algunos temas sobre otros; como también es lógico que cada periodista, o medio, publique sus contenidos a partir de una opinión o una visión personal de la Iglesia y del mundo. Algunos medios “católicos” depen-

den directamente de obispos, conferencias episcopales o del Vaticano u otras instituciones eclesiales. Esos medios reflejarán siempre la visión y los intereses de sus propietarios, ese es su valor, si se quiere saber lo que expresa oficialmente alguna instancia de la Iglesia se recurre a ellos. Otros medios se presentan a sí mismos como “de la Iglesia” pero independientes de la jerarquía, habitualmente pertenecen a movimientos o congregaciones religiosas. Su importancia dependerá de su nivel de profesionalismo y de la calidad de la información que ofrezcan. En cualquier caso, siempre reflejarán una visión propia de la vida de la Iglesia.

La expresión “periodismo católico” merece una reflexión especial. Tiene su origen en un tiempo en el que la visión que se tenía de los medios de comunicación era la de un espacio de combate entre la Iglesia y quienes no pertenecían a ella. Refleja también un punto de vista particular sobre lo que significan ambos términos. En primer lugar “periodismo”. Habitualmente los periodistas se resisten a los calificativos que los encasillen en determinada postura ideológica, política o de cualquier tipo, los buenos periodistas son nada más que periodistas, y no aceptan ser etiquetados. En segundo lugar “católico”. Hablando con propiedad nadie puede adjudicarse a sí mismo ese calificativo. Solamente la Iglesia puede definir quién es o quién no es católico. Puede alguien presentarse como un católico periodista, pero no como un periodista católico. La palabra “católico” usada como calificativo de una persona, o medio, pretende calificar también el contenido de todo lo que publica y esa es una pretensión que confunde, solo quienes tienen la autoridad correspondiente pueden adjudicarse esa responsabilidad. El periodismo, como cualquier profesión, puede ser mejor o peor practicado, y sería un contrasentido adjudicar al calificativo “católico” tanto los aciertos

como los errores. Podemos decir que hay muchos periodistas que sinceramente intentan reflejar el pensamiento y las acciones de la Iglesia, pero eso no habilita a usar la palabra “católico” como calificativo. De hecho, los medios católicos son un caos de voces que reclaman cada una para sí misma la identidad de “católica”.

Las diferencias que hay en la Iglesia de enfoques y puntos de vista son una riqueza y no una limitación, por eso la línea editorial del medio que quiere transmitir informaciones eclesiales debe respetar dos libertades: la del periodista y la del público. Y además debe ejercer su propia libertad de medio independiente y representativo de algún punto de vista. Más allá de las divergencias siempre se puede transmitir un sentido de Iglesia y una adhesión a ella como opción fundamental de vida.

La pertenencia a la Iglesia implica, por lo tanto, aceptar el desafío de asumir una doble interpretación de la propia tarea: por una parte, la del Evangelio y el magisterio de la Iglesia y, por otra, la de la vida de los hombres y mujeres de cada tiempo y lugar. Desde ambos sitios se juzgará la actividad del periodista que quiera informar desde una visión cristiana de la vida, porque en la práctica son mediadores entre esas dos realidades. La idoneidad del periodista se pone a prueba justamente en su capacidad de hablar de esas dos realidades, y a esas dos realidades, con una actitud y una competencia que permita una mediación eficaz. Para lograr eso tiene que desarrollar su capacidad de juicio a la luz del Evangelio y el Magisterio, y a la luz de las necesidades de sus destinatarios.

Además a los periodistas y a los medios les toca abrir y sostener debates tanto hacia el interior de la Iglesia como hacia afuera. Su función no es magisterial sino de generar los espacios de un debate que permita el encuentro entre el

evangelio y la vida concreta de las personas. Para esto debe hablar de los temas que le importan a la gente, católica o no. Debe hablar de la fe católica en el aquí y ahora, no en abstracto.

El desafío consiste en dirigirse a todos procurando responder a las diferentes sensibilidades cristianas para que todas se sientan reflejadas y se facilite el encuentro entre ellas. El lector, católico o no, debe sentirse a veces confirmado en sus puntos de vista y otras veces confrontado y desafiado. Cuando los periodistas hacen bien su trabajo, aportan algo fundamental a la vida de la Iglesia: colaboran a generar una fe adulta, capaz de vivirse en la realidad del tiempo y el lugar; capaz también de dialogar con quienes tienen diferentes puntos de vista tanto dentro como fuera de la Iglesia.

Los límites de la comunicación oficial

La Iglesia católica cuenta con un importante sistema de comunicación formado por medios propios. El Centro Televisivo Vaticano; Radio Vaticano; la oficina de prensa vaticana; el *L'Osservatore Romano*; el sitio del Vaticano en internet y una amplia presencia en redes sociales y diversos sistemas informativos, todos son instrumentos de alta calidad y alcance global. A su vez las Conferencias Episcopales han ido desarrollando en los últimos años una presencia destacada en la red de redes y se han multiplicado las oficinas de prensa. Incluso las parroquias, las órdenes y congregaciones religiosas y muchos movimientos eclesiales, cuentan con sus propios medios escritos, de radio y hasta canales de televisión, además es habitual contar con sitios web y oficinas de prensa.

A nivel global, pocas instituciones cuentan con un sistema de comunicación tan completo y diversificado para transmitir su información oficial. Sin embargo ese enorme

potencial no se traduce siempre en una más eficaz presencia en la escena pública ni tampoco en una mayor incidencia en la vida de las sociedades. Esto se debe a que la información oficial no es atractiva para los grandes públicos, no solo en el caso de la Iglesia. En principio se sospecha de las grandes instituciones y se parte del supuesto de que esa información “esconde algo”. Ese “algo” es justamente lo que más interesa al periodismo y habitualmente no descansa hasta encontrarlo o inventarlo.

Pero además hay que tener en cuenta otro aspecto del problema. Es necesario, indispensable, contar con algún sistema u organismo que haga presente la información oficial, pero -a diferencia de otras organizaciones- no se puede esperar que sea a través de esos medios que la Iglesia se comunique con la sociedad. La Iglesia es mucho más que el Vaticano, las Conferencias Episcopales, los obispados y cualquier otra institución de ese tipo. Lo que la Iglesia tiene para comunicar es también mucho más que su información oficial. Es necesario que esa información exista pero no podemos considerar que esa información puede ser el nexo entre la Iglesia de Jesucristo y las sociedades en las que ella está presente. Ese vínculo no puede limitarse a oficinas o medios de información, el vínculo entre la Iglesia y la sociedad se establece a través de la vida de las comunidades.

La Iglesia adquiere un cuerpo concreto en las Iglesias locales. Como reiteradamente señala el papa Francisco, la Iglesia de Roma –que es también una Iglesia local- preside en la caridad al resto de las Iglesias, pero es en ellas en donde se produce el encuentro entre los discípulos de Jesús y los hombres y mujeres de cada tiempo y lugar. Es allí donde las informaciones se hacen concretas, cercanas, vivas. Por eso las redes sociales, y otros instrumentos que ofrece Internet, se están convirtiendo en ayudas extraordinarias para el

fortalecimiento de las comunidades y de su presencia en las realidades en las que cada una está inserta.

La información oficial es solo un aspecto de la comunicación. Afecta la relación entre instituciones eclesiales y medios de comunicación. Pero eso no puede confundirse con la comunicación entre la Iglesia y la sociedad. Cuando los medios eclesiásticos locales repiten las formas y los contenidos de lo producido en el Vaticano o en las Conferencias Episcopales, la comunicación se empobrece y se hace distante y fría.

Por esa tendencia a repetir lo que se hace en Roma es que los medios y los sitios de instituciones de Iglesia, salvo excepciones, no reflejan la vida real de las comunidades sino solo lo formal. Esta es una de las causas de algo que es evidente: la interactividad y la participación de los usuarios casi no existe en los medios eclesiales. Si el contenido de lo que queremos comunicar no está profundamente enraizado en la vida de comunidades concretas, estamos condenados a expresarnos con afirmaciones generales y teóricas, válidas para cualquier lugar y tiempo, y por lo tanto intrascendentes para la vida cotidiana. Lo que se dice no es publicable porque carece de interés aunque sea verdad. Es verdadero pero no es importante.

Por ese motivo, en estos temas, es necesario distinguir entre lo que es verdad y lo que es creíble. Por ejemplo: para el público en general la misma frase dicha por un sacerdote que trabaja en un barrio marginal, y por un obispo desde su palacio episcopal, suena completamente diferente. En los dos casos es verdad (se trata de la misma frase), pero en uno puede ser creíble y en el otro no. Puede ocurrir que el mismo cura diga algo que no es verdad, y sin embargo seguirá siendo creíble. Puede pasar que el obispo diga algo que es verdad y seguirá sin ser creíble.

¿Por qué esto es así? ¿Es solo una cuestión de prejuicios? La explicación es simple: lo que hace que alguien sea creíble en los medios es el lugar que ocupa en la sociedad. En nuestra cultura es más importante trabajar “con los que sufren” que ser obispo. Pero esto no es así porque los obispos están desprestigiados sino porque la sociedad experimenta día a día la presencia de la marginalidad y la pobreza, pero no experimenta las preocupaciones de los obispos. Ese sacerdote se está ocupando de algo que la sociedad percibe como propio, el obispo no, el obispo se está ocupando de sus feligreses, o sea de “sus cosas”, no de “las cosas” de la sociedad. Cuando el obispo tiene un rol activo en las cuestiones que afectan a la sociedad, inmediatamente su voz comienza a ser escuchada de otra manera y se convierte en creíble.

Las personas de Iglesia que se ocupan de lo que le preocupa a la sociedad tienen espacio y autoridad en los medios, pero autoridad conferida por la sociedad, no por la Iglesia. Por este motivo en ocasiones la autoridad de la Iglesia reacciona mal cuando habla alguien desde Iglesia con una autoridad recibida desde otro ámbito (su prestigio personal, su idoneidad mediática, su compromiso con una causa que la sociedad valora, etc.).

La información oficial es una referencia tenida en cuenta solamente cuando es comprometida con la realidad de cada lugar, no hay otro camino. Es necesario en este punto repetir lo que dice Francisco, “solo quien comunica poniéndose en juego a sí mismo puede representar un punto de referencia. El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador.”

Conclusión

¿QUÉ NOS MUEVE?

“Sintió compasión de ellos, pues estaban como ovejas que no tienen pastor, y se puso a enseñarles muchas cosas” (Mc 6,34).

En esta breve cita evangélica se nos muestra lo que pone en movimiento a Jesús: sintió compasión. Esta es la misma palabra que se usa para describir lo que siente el buen samaritano que se hace prójimo del hombre asaltado en el camino y el padre que espera al hijo que abandonó la casa paterna. El término original que traducimos por “compasión” hace alusión a “dejarse llevar por las entrañas”. Esto nos indica el origen de la acción de Jesús, lo que lo ponía en movimiento.

También muestra lo que pone en movimiento cualquier discípulo de Jesús: una conmoción ante el sufrimiento, o las necesidades materiales o espirituales que se descubren en los hermanos. Es el amor, la caridad, que impulsa a hacerse prójimo. La motivación, lo que mueve, nace en esa necesidad de acercarse, ponerse en contacto, comunicarse.

Cuando la Iglesia propone una acción, unas líneas de trabajo, o un plan pastoral, procura atender a una necesidad humana desde el Evangelio. Esto es así en todos los temas y en las más diversas actividades. Se puede entonces formular

la pregunta: En el ámbito de la comunicación, ¿cuál es la realidad humana a iluminar, transformar o curar?

Un discípulo de Jesús que se siente llamado a servir en el ámbito de la comunicación ¿qué quiere hacer? ¿Ocupar un espacio en los medios? ¿Usar los medios como un inmenso púlpito? ¿Presentar el Evangelio solapadamente para que los valores cristianos penetren en las almas y las sociedades sin que éstas se den cuenta? ¿Que la comunicación entre las instituciones funcione mejor? ¿Lograr una mayor unidad de criterios y de acción? ¿Ser más eficaces en la presentación del Evangelio? Notemos que todas estas cuestiones son problemas de la Iglesia. Podríamos decir que son temas de tipo organizativo interno. No parecen ser dolores o sufrimientos humanos capaces de conmovernos “hasta las entrañas”. Mientras las respuestas sean de ese tenor será difícil encender el fuego, sentir la pasión de los misioneros, decir con Pablo “¡Ay de mí si no evangelizara!” (1 Cor. 9,16).

Podemos mirar más allá. Descubrir que la realidad humana a tener en cuenta es el deseo de comunión que hay en el corazón del hombre y el inmenso dolor de cada ser humano que no logra comunicarse y vivir en esa comunión para la que ha sido creado. Más concretamente, lo que sí puede poner en movimiento es ver las familias destruidas, los hermanos enfrentados, las comunidades divididas, la violencia, la soledad, el sinsentido de la vida, los conflictos estériles y tantas otras consecuencias que se siguen cuando se rompe la comunicación.

Ya sea desde una radio, una publicación parroquial, un canal de televisión, un espacio en internet, o cualquier otro ámbito en el que el comunicador desarrolle su vocación, lo que lo impulsa es el hambre de comunión que está en los corazones como un llamado que no se puede acallar. El hombre tirado junto al camino que conmueve hasta las en-

trañas es el ser humano incomunicado, o sea, herido en lo más hondo de su ser porque no sabe, no quiere, o no logra, entrar en comunión con sus hermanos.

Este es el desafío realmente conmovedor para un comunicador y lo que justifica una pastoral de la comunicación: crear y restablecer vínculos, construir y reconstruir caminos. El trabajo institucional, la organización, la formación técnica, humana y cristiana, sin dudas necesarios, nunca serán objetivos en sí mismos sino instrumentos al servicio del encuentro y de la transformación de las personas.

Es preciso aclarar que, cuando en la Iglesia hablamos de la comunicación para la comunión, es probable que comencemos diciendo una torpeza. En general se comienza con una advertencia: la comunión plena no la vamos a experimentar nunca en esta vida, la verdadera comunión la experimentaremos en la casa del Padre, aquí, en este mundo, cada experiencia de comunicación es algo parcial y provisorio. Por ese camino vuelve a apagarse la llama del entusiasmo. Es como decirle al hombre tirado junto al camino que se lo va a ayudar pero que igual algún día se va a morir, o no ayudarlo por el mismo motivo.

No es verdad. La maravilla de la vocación del comunicador es que cada experiencia de comunión es plena para ese momento y esas personas. Por una parte es cierto que ese deseo de comunión no se saciará nunca, pero por otra es también verdad que solo saciándolo lo hacemos insaciable. Cada experiencia de comunión anticipa el gozo de una comunión plena, y al entregar ese gozo aumenta el deseo. Esa experiencia de plenitud que acompaña la comunión es parte esencial del contenido de la Buena Noticia.

Al contrario, cada experiencia de ruptura angustia y entristece, paraliza y hace ver la comunión como un ideal inalcanzable, cada vez más lejano y finalmente imposible. Es

la situación de una multitud de personas en nuestro tiempo, es lo que están viviendo infinidad de hombres y mujeres que necesitan de quienes los ayuden a vivir experiencias de comunión.

La experiencia de la no-comunicación afecta el centro del ser humano y no puede ser respondida con argumentos racionales sino con experiencias de auténtica comunicación. La tarea del comunicador es crear esas experiencias de tal manera que permitan percibir el gozo que aumenta el deseo. Un fuego se enciende con otro fuego. La Pastoral de la Comunicación debería estar al servicio de esa vocación de los comunicadores: hacer gustar el gozo de la comunión a quienes viven en un mundo dividido, ya sea porque están atrapados en una cultura del consumo; o por una pobreza extrema e injusta; o una situación de violencia social. Esas realidades, y muchas otras, impiden el encuentro y la felicidad de la comunión y el compartir.

Lo que pone en movimiento al cristiano es el encuentro personal con Jesús, la decisión de seguirlo y formar parte de esas comunidades que se reúnen en torno a él. En cada generación se forman nuevamente esas comunidades de primeros discípulos que nos muestran los evangelios. Desde hace siglos, atraídos por el Señor, hombres y mujeres que responden a su llamado van formando comunidades que vuelven a hacer presente el mensaje del Reino. Se cumple así la promesa: "Yo estaré siempre con ustedes" (Mt 28,20).

Los que sienten la vocación de servir al Señor en los medios de comunicación no están convocados a formar parte de una antigua institución, cargada de convenciones y de palabras y actitudes que resultan extrañas y lejanas. Menos aun están llamados a gastar esfuerzos en justificar esos anacronismos. Son invitados a algo más apasionante: a pertenecer a las primeras comunidades de cristianos de principios

del siglo XXI, a un encuentro real con el Espíritu de Jesús que transforma las vidas y que ofrece una manera nueva de comunicar como lo hacía Jesús. Eso es lo que mueve a quienes quieren comunicar: compartir esa alegría descubierta en una comunidad que está siempre inaugurando el antiguo y siempre nuevo Evangelio de Jesús, el Galileo de Nazaret.

ÍNDICE

Prólogo	3
Introducción	
<i>Un lenguaje original</i>	7

Primera parte *Un nuevo escenario*

I. Desafíos inesperados	15
Dispositivos que cambian el mundo	15
Futuro	17
Sorpresas	19
II. Respuestas a un <i>click</i>	21
Una nueva visión.....	21
Buscar respuestas de otra manera	22
Mirarse al espejo	25
III. Espiritualidades en red	27
¿Cómo se ordenan los datos?	27
El menú de las espiritualidades	29
Una voz nueva	30
Los grandes maestros	32
IV. Nuevos horizontes	35
Un conflicto de poder	35
Internet ¿cómo comunica?.....	37
Una imagen para ilustrar la novedad.....	38
Otros prójimos	40
V. En las nubes	43
¿Deshumanizados?.....	43
Comparaciones odiosas	45
Bajando de la nube	46
Consecuencias	49

Segunda parte
Comunicadores y testigos

I. Evangelización y proselitismo	53
Crecer por atracción	53
Un nuevo horizonte	55
Testigos	58
II. La experiencia de ser cristiano	63
Galilea	63
Nuevas creaturas	65
Primeros discípulos	67
III. El discípulo comunicador	71
Testigos de una experiencia	71
Las palabras y los signos	74
La actualidad	77
Cercanos	80
IV. Evangelios y comunicación eclesial	85
La imagen de la Iglesia	85
Las “nuevas” pobrezas	88
Un punto de referencia	92
Nuevos vínculos	95
V. Pastoral de la comunicación	99
Un poco de historia	99
Una pastoral en continua evolución	102
Iglesia y periodismo	104
Los límites de la comunicación oficial	108
Conclusión	
¿Qué nos mueve?	113



NO BASTA CON UN CLICK

¿Cómo comunicar de forma creíble y eficaz la persona de Jesucristo, su Buena Noticia? ¿Cómo evangelizar en un mundo de transformaciones tecnológicas en constante progresión?

Cuando me llegó el libro de Jorge Oesterheld, antes incluso de ojearlo, me pareció que podía ser una más de las obras consagradas al “binomio iglesia-comunicación”. Las sorpresas comenzaron simultáneamente a la lectura de sus páginas. No, no era lo que se podía esperar (o temer).

Puesto que vamos de confesión en confesión, este libro me ha planteado muchos interrogantes. Me ha obligado a hacerme muchas preguntas a mí mismo sobre el sentido de nuestra misión de comunicadores; me ha desmontado no pocos de los lugares comunes que se vienen repitiendo sobre el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación; me ha confirmado en algunos de mis prejuicios sobre la “oficialidad” de no pocos de nuestros colegas; me ha alarmado sobre el peligro de que la Iglesia –siempre la jerarquía– no valore en su justa medida el desafío que se le plantea en este campo o se equivoque en su estrategia por ponerse en las manos de cuatro o cinco desaprensivos con pretensiones magisteriales.

ANTONIO PELAYO

