

**MONSEÑOR LUCIO RUIZ**

**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE INTERNET DEL VATICANO**

## **EL SACERDOTE Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Conferencia que impartió a los delegados y responsables de medios de comunicación de las diócesis españolas en su última asamblea celebrada en Madrid del 15 al 17 de febrero.**

\* \* \*

### **1- Introducción**

Si quisiéramos delinear uno de los ejes en torno al cual gira nuestra sociedad contemporánea, podríamos decir que uno entre ellos es el “cambio”. Vemos cómo la sociedad, las instituciones, las empresas, las personas cambian...

Nos sorprendemos, a veces hasta con miedo, de la velocidad de los cambios en curso, de la potencia de este “sistema nervioso” a escala planetaria y nos preguntamos a dónde se llegará, cuándo y hacia cuál configuración social se está yendo con rapidez vertiginosa [1].

Pero es necesario aprender a reconocer este cambio permanente, para poder “cambiar con el cambio” –adaptando los distintos aspectos de la vida, en su complejo articulado de realidades sociales, culturales, económicas, políticas –manteniendo los aspectos fundamentales de la verdad y del bien, que son inmutables en su esencia.

Es aquí que aparecen los grandes conflictos porque, de una parte “todo cambia”, y de la otra la verdad de Dios, y por lo tanto del bien, del amor y de la verdad del hombre mismo [2], permanecen siempre las mismas. Así, el cambio cuestiona fuertemente la verdad [3] y la capacidad del hombre de conocerla, y nos pone tantas veces en duda en los puntos esenciales de nuestra vida cristiana, exigiéndonos “re-aprender” el Mensaje de Jesús, que es válido para todos los tiempos y

todos los hombres, pero que necesita ser presentado de manera que pueda ser acogido por el hombre de hoy.

Pero el “cambio” no es en sí una realidad negativa; también en el cambio profundo hay aprendizaje. De hecho, la organización/institución/sociedad/persona no se limita a hacer algo nuevo; sino que crea la capacidad para hacer las cosas en una forma distinta. Sostener cualquier proceso de cambio profundo requiere una modificación fundamental de nuestra manera de pensar. Tenemos que entender la naturaleza de los procesos de crecimiento y cómo canalizarlos. Pero también necesitamos comprender las fuerzas y los desafíos que impiden el progreso y así desarrollar estrategias viables para entendernos con dichos retos. Necesitamos apreciar “la danza del cambio”, la inevitable interacción entre los procesos de crecimiento y los procesos limitantes que lo detienen. Necesitamos un objetivo juicio crítico para un discernimiento adecuado de los elementos y los procesos positivos y negativos, que se presentan en vistas a un actuar apropiado.

Frente a los cambios se pueden adoptar dos actitudes: **ignorarlos o involucrarse en ellos [4]**. La primera es una neofobia y la segunda es una respuesta creadora. La neofobia es la resistencia al cambio, el miedo a lo nuevo, la refractariedad a las innovaciones, la paralización, es ver el entorno cambiante como una amenaza [5].

La respuesta creativa es la actitud de aprender, de innovar. Es la “destrucción creadora” [6]. Es el camino hacia la transformación [7]. Es convertirse en un agente del cambio y considerar el cambio como una oportunidad [8]. A la hora de la verdad: *Los cambios están aquí ya, independientemente de nuestros deseos y de nuestra voluntad.*

No es de extrañar que la realidad de la sociedad se encuentre en una situación de movimiento profundo porque, con la Globalización y la introducción de las Tecnologías de Comunicación en todos los aspectos de la cultura contemporánea, se modifican no sólo aspectos simplemente “operativos”, sino que se introducen –y cada vez más– variaciones en los aspectos antropológicos y fenomenológicos de la vida del hombre, como son: las nociones de espacio, de tiempo y aspectos cognitivos y relacionales de la persona humana [9]. En definitiva, una revolución total, que indica un cambio de era [10].

Por tanto, muchos llaman a este fenómeno *nueva revolución copernicana*, en el que cada hombre y todos los hombres, lo quieran o no, están implicados e integrados en el circuito comunicacional [11].

La correcta hermenéutica de los nuevos signos de los tiempos, en esta “Era Digital”, es la que puede proyectar una sociedad/institución hacia el futuro, y hacia nuevos horizontes, o directamente acabarla si no comprendió las nuevas coordenadas y se adaptó al cambio.

En el primer Congreso Continental americano sobre *Iglesia e Informática*, celebrado en Monterrey, México, en el marzo del 2003 [12] los Obispos presentes en el congreso se preguntaban: “¿cómo incide la tecnología en la cultura contemporánea?, ¿qué debe hacer la Iglesia en esta nueva cultura?” Ciertamente, verificaban que el cambio cultural, esencialmente “comunicacional”, no

es algo accidental, que toca el hombre solo de modo tangencial. La cultura contemporánea es una cultura señalada por la tecnología, en particular aquella de las comunicaciones y la telemática [13]. Las mutaciones, que resultan del desarrollo tecnológico [14], actúan sobre la persona, sobre todas las personas, sobre las instituciones, sobre los dinamismos de diálogo, sobre la configuración de las familias y las comunidades, sobre la forma de la educación, cambiando el modo de pensar, de sentir, de ver y de interaccionar con la realidad, con los otros y con Dios [15]. El cambio espacio-temporal se presenta como una nueva revolución copernicana. Entonces el problema consiste en el descubrir hasta qué punto, en cierto sentido, el hombre y su comunidad han cambiado y, por tanto, cada una de las disciplinas que quieren tratar estos argumentos –comprendida la teología– deben tener una *adaequatio* a la nueva realidad del hombre para permitirle continuar a transmitir (*tradere*) la verdad del hombre y el Mensaje del Evangelio [16].

Aunque sea muy importante y necesario, es evidente que no basta un análisis del empleo que la Iglesia hace de los medios y no es tampoco suficiente una hermenéutica de los medios de comunicación y sus lenguajes. Incluso el estudio de la pastoral de los medios de comunicación y sus operadores por sí solo no basta. Los Obispos reunidos en Monterrey se interrogaron si no había llegado el momento de ir *del fenómeno al fundamento*, buscando las raíces de todas las actividades en el ámbito de la **comunicación** en el manantial **teológico**.

La Iglesia no puede dejar de interrogarse sobre la nueva cultura en manera profunda porque la creciente importancia de los medios de comunicación en el mundo tiene una fuerte incidencia sobre la cultura, a todos los niveles. Ésto es de gran interés para la Iglesia porque toca, de modo profundo, *su misma naturaleza y misión*, que es también aquella de comunicar [17]. Además, la creciente importancia de la comunicación

también lleva a una creciente preocupación pastoral sobre la evangelización, la inculturación y la misma comunicación dentro de la Iglesia [18].

## **2- La Iglesia y la “era digital”**

”El problema no está en el hecho que la Iglesia comunica. Comunicar para la Iglesia no es un *optional*, es su misión misma. Más bien, desde el punto de vista teológico, la Iglesia nace y vive gracias a Dios que se ha comunicado en Cristo. Ha sido querida por Cristo como sacramento de comunión de los hombres con Dios y entre ellos. Su misión esencial es, pues, comunicar el anuncio” [19].

### **a) Los cambios culturales y la “inculturación” de la fe**

*“Cuando los Padres del Concilio (nos decía Juan Pablo II en el Mensaje para la XXIV Jornada Mundial de las comunicaciones Sociales, del 1990) estaban dirigiendo su mirada hacia el futuro e intentaban discernir el contexto en el que la Iglesia estaría llamada a llevar a cabo su misión, pudieron ver claramente que el progreso y la tecnología ya estaban ‘transformando la faz de la tierra’ e incluso que ya se estaba llegando a la conquista del espacio (cf. Gaudium et spes, 5). Reconocieron, especialmente, que los desarrollos en la tecnología de las comunicaciones, con toda probabilidad, iban a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisibles”* [20].

De ello se deriva una consecuente y necesaria “inculturación”, con la precisión de encontrarnos con una “nueva cultura”, que no tiene fronteras, ni razas y que “no tiene espacio” y “no tiene tiempo”. Porque “La misión de la Iglesia no consiste en impedir la transformación de la cultura, sino más bien asegurar la transmisión de la fe en Cristo, en el corazón mismo de unas culturas en pleno proceso de cambio [21].

El paso cultural, la inculturación necesaria, está caracterizada no sólo por la

utilización en diversos espacios y niveles de los medios de comunicación, sino por un pensamiento y una actividad intrínsecamente marcados por la comunicación, que incorpora los medios telemáticos.

Si miramos las nuevas generaciones podemos verificar que para ellas, los “media” se esconden, son transparentes, se diluyen en su realidad mediática [22], pero han dejado su impronta en la lógica, no sólo de su utilización sino en la estructura del pensamiento y en la dinámica comunicacional misma. Por ello, cuando un joven usa un medio telemático no está frente a un mero instrumento, como podríamos entenderlo y usarlo nosotros, que pertenecemos a otras generaciones, para los cuales la computadora e Internet son elementos útiles para redactar mejor nuestros documentos y enviarlos a todas partes; tampoco se les presenta un problema metafísico, moral y existencial, como a nosotros, que nos planteamos miles preguntas, tales como: “¿son buenos, son malos?”, o “¿debemos tener nuestros propios medios o usar los ya existentes?”.

Para las nuevas generaciones la telemática, que hace realidad la *era comunicacional*, la *era digital*, existe y se usa, como para nosotros existe y se usa el tren, el auto o el avión y, con un ejemplo más claro para nuestra comprensión, la luz eléctrica. ¿Quién se pregunta si existe o no, si es buena o no? Nadie... simplemente existe y se usa. ¿Esto quiere decir que no hay problemas culturales, existenciales, morales? No, ¡y vaya si los hay!, basta pensar en toda la problemática de la contaminación ambiental para comprender la magnitud de los problemas relacionados con la electricidad, que deben ser comprendidos, analizados, estudiados a fin de aplicar medidas de solución. Pero no por esto, a priori, la luz eléctrica es condenada o despreciada; a nadie se le ocurriría prescindir de todo lo que funciona con electricidad a causa de los problemas con ella relacionados, sino que, partiendo de la realidad de su

existencia y teniendo en cuenta sus bondades, hace falta conocer el fenómeno y regularlo desde su propia realidad intrínseca.

Todos quedamos asombrados de los fenómenos como *You-Tube*, *Wikipedia*, *Google*, pero esto no es sólo un fenómeno de “medios”, ni tampoco una realidad de “contenidos”, como estábamos acostumbrados a analizar hasta este momento. *Medios y contenidos* se funden en una realidad única, y así es vivida y utilizada por las nuevas generaciones. Para ellas no hay un planteamiento dualístico, ni hay un claro límite entre una cosa y la otra, sino que el contenido ya viene elaborado con la lógica y el lenguaje del medio que se usa. Esto plantea un desafío que no puede solamente ser analizado en sus aspectos negativos, sino que debe ser visto y aprovechado en sus aspectos positivos, completando sus carencias y corrigiendo sus errores.

Los medios son el “ambiente” en el cual el hombre de hoy se mueve, y en el cual el hombre del mañana se moverá de una manera mucho más profunda. Los medios son la ventana a través de la cual se mira el mundo y proporcionan la hermenéutica con la cual “interpreta” su ser y su vivir. Basta pensar en los jóvenes de hoy para los cuales, por ejemplo, la realidad de la amistad, que implica compartir tiempo, ideas, sentimientos, intereses, se amplía, sin conflictos internos, a toda la “realidad virtual”. Ellos por medio de los canales de comunicación hacen de todo el mundo la propia realidad donde se mueven, de la cual toman los valores y en la cual también dejan su propia impronta.

Por ello, el Pontificio Consejo para la Cultura afirma: “*los medios de comunicación social desempeñan en la cultura actual un papel fundamental. La imagen, la palabra, los gestos, la presencia son elementos que no se pueden descuidar en un proceso de evangelización que se inserta en la cultura de las comunidades y de los pueblos, aun cuando se haya de estar atento a no privilegiar la*

*imagen en detrimento de la realidad y del contenido objetivo de la fe. Los enormes cambios que los medios de comunicación social operan en la vida de las personas, reclaman un compromiso pastoral adaptado...”* [23]

## **b) Una “nueva cultura” a Evangelizar**

Se debe partir de un presupuesto que es más que es evidente: la cultura actual está intrínsecamente marcada por los medios de comunicación social, que, superando un primer nivel de una “era tecnológica”, llegan hoy a estructurar, desde la raíz, una *era comunicacional*, es decir, que la tecnología no se presenta como un mero instrumento para ayudarnos a realizar las cosas, la tecnología se ha incorporado y ha desarrollado una nueva manera de vivir y de relacionarnos.

Es fuerte, al respecto, la afirmación que hace Juan Pablo II en la Redemptoris Missio: “*El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola –como suele decirse– en una “aldea global”. Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia, que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Las nuevas generaciones, sobre todo, crecen en un mundo condicionado por estos medios. [...] Nuestro trabajo en ellos, sin embargo, no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio del Evangelio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta “nueva cultura” creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que de los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de*

*comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos” [24].*

Por su parte, y siempre con una mirada crítica sobre como la sociedad mediática actual crea nuevos espacios, Kevin Kelly (editor de la revista *Wired magazine*) afirmó: *“En pasado fue muy fácil ignorar la tecnología porque no penetró en los espacios de nuestra vida a los que siempre estamos realmente obligados: nuestra red de amistades, el escribir, el pintar, el cultivar el arte y la cultura, las relaciones, la identidad, las asociaciones cívicas, la naturaleza del trabajo, la adquisición de bienestar, el poder. Pero hoy la constante aplicación de la tecnología en la red de las comunicaciones y los transportes tiene completamente sumergidas estas áreas sociales. Nuestro espacio social ha sido invadido por el telégrafo, el fonógrafo, el teléfono, la fotografía, la televisión, el avión y el automóvil; luego el ordenador, Internet, y ahora la red. Ya la tecnología es no exterior, ajena, periférica; hoy está al centro de nuestra vida” [25].*

Este cambio tecnológico y, sobre todo, comunicativo indica un verdadero vuelco en muchas áreas de la vida humana: sociales, económicas, científicas, culturales, que ha producido un cambio esencial en los goznes mismos de la sociedad, en particular en los relacionales [26].

Esto comporta a nivel social una consiguiente nueva marginación, nuevas capas sociales, se habla de “info-pobres” y “info-ricos”, nuevas configuraciones y “mapas” de las relaciones: el *digital divide* o brecha digital [27].

La configuración social debe pensarse “en clave relacional”: *“Los medios de comunicación ya no son una pantalla que se mira, una radio que se escucha. Son una atmósfera, un entorno en el que uno se ha hundido, que nos envuelve y nos penetra de*

*cada lado. Nosotros estamos en este mundo de sonidos, de imágenes, de colores, de impulsos y de vibraciones como el hombre primitivo estaba sumergido en la selva, como un pez en el agua. Es nuestro entorno, los medios de comunicación son un nuevo modo de estar vivos”* afirmaba el Cardenal Martini [28].

Este nuevo modo de ser supone un fuerte desafío de carácter antropológico y, con él, las consecuentes comparaciones con las realidades tradicionales de la familia, de la Iglesia, de la escuela, de la comunidad, de la amistad, del empeño socio-político. Todas las realidades inmediatamente relacionadas con las anteriores (reales), se vuelven también indirectas (virtuales), es decir, espacios relacionales, escenarios comunicativos, entornos vitales; en otras claves, podría decirse entonces que la comunicación, en cuanto *relación*, determina aspectos nuevos del desarrollo de nuestro *ser* y de nuestra manera de *existir*, se suma a la realidad real la realidad virtual, no como una realidad extraña a nuestra vida.

Una reflexión sobre la cultura nos lleva a pensar sobre la necesaria mutación provocada por los medios de comunicación [29]: “La sociedad, pues, se presenta cada vez más ‘a subsistencia informativa’” [30].

La proliferación pues de códigos electrónicos y la visión global nos pone delante de un nuevo tipo de hombre. En efecto, el lenguaje de la palabra queda muy corto frente a los nuevos lenguajes y códigos “multimediales”, que implican todos los sentidos y son “universalmente” comprensibles.

La Iglesia se encuentra frente a un nuevo desafío, que no puede ser ignorado, porque hoy estamos inmersos no sólo en los tradicionales medios de comunicación –radio, televisión, Internet– sino en una nueva generación de medios que incorporan los medios tradicionales, los entrelazan y potencian su acción, tanto en su alcance a todo

tipo de personas –incluso aquellas que hasta ahora estaban fuera del ámbito de su influencia–, como en su capacidad para involucrar lo más profundo del hombre, generando así una globalización cultural. Por esto la sociedad necesita aprender a interpretar y “vivir” la era de la comunicación.

### **c) El sacerdote y el sacerdocio en la era digital**

Cuanto hemos analizado hasta aquí, como nos dice el Papa en el mensaje de este año para las Jornadas de la comunicaciones Sociales: *“pone en primer plano la reflexión sobre un ámbito pastoral vasto y delicado como es el de la comunicación y el mundo digital, ofreciendo al sacerdote nuevas posibilidades de realizar su particular servicio a la Palabra y de la Palabra”*.

Pero en primer término, estas posibilidades se presentan como un “desafío”, en segundo término, como una “misión”.

Para comprender que las tecnologías de la comunicación son una “posibilidad” en el ministerio, hace falta reconocer que, verdaderamente, *“el mundo digital, ofreciendo medios que permiten una capacidad de expresión casi ilimitada, abre importantes perspectivas”* y por tanto *“la responsabilidad del anuncio no solamente aumenta, sino que se hace más acuciante y reclama un compromiso más intenso y eficaz”*, afirma el Papa.

El mundo ha cambiado y, sobre todo las nuevas generaciones, han cambiado de manera muy profunda la lógica del pensamiento y la manera de relacionarse. Decía el Papa en el mensaje para las jornadas de Comunicación del año pasado: *“las nuevas tecnologías digitales están provocando hondas transformaciones en los modelos de comunicación y en las relaciones humanas”*. Por lo tanto es importante darse cuenta que estar presentes en la era digital, en la cultura digital, en el mundo digital, no significa simplemente tener una web, usar una

computadora, sino comprender la lógica de la comunicación de las personas de esta nueva cultura, y con esa lógica y en esa cultura. *“Los jóvenes especialmente se han dado cuenta del enorme potencial de los nuevos medios para facilitar la conexión, la comunicación y la comprensión entre las personas y las comunidades, y los utilizan para estar en contacto con sus amigos, para encontrar nuevas amistades, para crear comunidades y redes, para buscar información y noticias, para compartir sus ideas y opiniones”* continuaba Benedicto XVI.

Por esto las “posibilidades” de las nuevas tecnologías de comunicación nos abren el horizonte de la “misión” *“En los primeros tiempos de la Iglesia, (dice el Santo Padre) los Apóstoles y sus discípulos llevaron la Buena Noticia de Jesús al mundo grecorromano. Así como entonces la evangelización, para dar fruto, tuvo necesidad de una atenta comprensión de la cultura y de las costumbres de aquellos pueblos paganos, con el fin de tocar su mente y su corazón, así también ahora”*. Es decir, como a los Apóstoles, a los sacerdotes se nos presenta un “nuevo mundo a Evangelizar” y por lo tanto, nosotros, como ellos, tenemos *“necesidad de una atenta comprensión de la cultura y de las costumbres ... con el fin de tocar su mente y su corazón”*. Por lo tanto no estamos hablando simplemente de aprender a manejar “una máquina de afeitar nueva, un ventilador nuevo” un algo que nos ayuda a hacer mejor lo que hacíamos sin necesidad de un esfuerzo de nuestra parte, especialmente un esfuerzo de lograr una nueva síntesis cultural...estos no son “medios para hacer más sencilla la actividad que hacíamos”, son medios que “hacen distinto aquello que hacíamos”. Hoy, los “amigos de todos los días” no sólo son los que nos encontramos físicamente, sino también aquellos que encontramos virtualmente (independientemente de donde se encuentren).

El Papa en estos mensajes nos habla de “generación digital”, de “mundo digital”,

“tiempo digital”, “continente digital”! Por lo tanto, si hay un nuevo mundo, una nueva generación, un nuevo tiempo, un nuevo continente... hay una nueva Evangelización! Y esto nos llama a ser conscientes que para un “nuevo mundo” hay que mandar misioneros, por lo tanto “misioneros de la era, de la cultura, del mundo, de la generación, del tiempo digital”.

Esto implica, como lo fue siempre para todos los misioneros, aprender nuevas lenguas, nuevas costumbres, insertarse en nuevas culturas, tener que traducir el Evangelio para que fuese aprendido y vivido!

Por esto estas “posibilidades nuevas” de las que nos habla el Papa, son antes un desafío, porque si todo esto no viene entendido profundamente, y sólo damos un “barniz cultural” no podremos evangelizar el “nuevo mundo”, y el Evangelio quedará fuera de él... De hecho, si no comprendemos que las nuevas tecnologías tienen sus propios lenguajes y sus propias metodologías, sus propias dinámicas y su propia lógica, nos encontramos con una simple transposición de contenidos de un medio al otro; por lo cual, sin usar el lenguaje propio el contenido no será comprendido y se perderá. La radio tiene recursos auditivos, la televisión agrega el mundo de la imagen, del color y el movimiento, Internet los agrupa a todos y les da interacción, inmediatez, universalidad, y les suprime su vinculación espacio-temporal. Pensar que “estar en Internet” es simplemente colocar la homilía del domingo, así como fue predicada, en una página de internet, a menos que sea un archivo de homilías, es no entender lo que es un nuevo lenguaje, y es ser limitadamente un verdaderamente “misionero” de un nuevo mundo. Con palabras del Papa: *“A este respecto, el sacerdote se encuentra como al inicio de una «nueva historia»”*.

Y este desafío debe ser asumido de manera orgánica y sistemática, no como un hobby personal, al cual se deben dedicar los que tengan condiciones para ello, sino que

debe convocarnos a todos y sistemáticamente, dentro de la formación permanente del sacerdote y, más aún, dentro la preparación del seminarista al ministerio sacerdotal.

Además, no se debe tratar simplemente de una formación técnico-práctica, que llevaría a “usar mejor la afeitadora”, sino que se trata, en primer lugar, de penetrar el misterio teológico de cuanto comprende la Comunicación, que no toma su definición de las ciencias de la comunicación sino de la ciencia de Dios, uno y trino, que es comunión y se comunica al hombre! Así, con un camino teológico sólido debe pasarse a la ciencia antropológica, para comprender cuanto significa para el hombre comunicarse, pues, es en la relación donde el hombre, no sólo puede vivir y aprender, sino que se plenifica como tal, en la comunicación con Dios y con los semejantes. Con estas bases sólidas no hay peligro de sumergirse en el mundo de lo que es la comunicación humana y sus ciencias específicas. *“El sacerdote... ha de unir el uso oportuno y competente de tales medios—adquirido también en el período de formación— con una sólida preparación teológica y una honda espiritualidad sacerdotal, alimentada por su constante diálogo con el Señor”*, nos dice el Santo Padre.

Es un verdadero desafío para nosotros los sacerdotes este cambio cultural, pero no nos podemos echar atrás, porque siendo la comunicación la esencia del cambio cultural y siendo también la comunicación la esencia de la Iglesia, que nace de un acto comunicativo de Dios y tiene como Misión comunicar la Vida y la Gracia divina, el sacerdote se ve llamado esencialmente a entrar de lleno en esta dinámica de la nueva cultura, la *generación digital*. Por eso el Papa pide *“a los presbíteros la capacidad de participar en el mundo digital en constante fidelidad al mensaje del Evangelio, para ejercer su papel de animadores de comunidades que se expresan cada vez más a través de las muchas «voces» surgidas en el mundo digital”*.

Ciertamente no faltan los riesgos presentes en la red! Por eso, mas que nunca, urge la formación de la persona integralmente, y de manera especial la formación clara y específica del uso consciente y responsable de su libertad, porque no son los firewalls y los filtros los que deben hacer la historia del hombre (aunque puedan ayudar), sino la decisión y elección de la libertad llevada adelante a lo largo de la vida con sacrificio, perseverancia y amor!

Por esto el Papa nos dice *“en el contacto con el mundo digital, el presbítero debe transparentar, más que la mano de un simple usuario de los medios, su corazón de consagrado que da alma no sólo al compromiso pastoral que le es propio, sino al continuo flujo comunicativo de la «red».*”, porque es necesario no sólo usar y estar presentes, sino enseñar a vivir en clave cristiana los nuevos procesos comunicativos y relacionales introducidos en el mundo por las tecnologías digitales.

Muchas veces sentimos preguntar “porqué los curas tienen que ocuparse de estas cosas” (pregunta que, sobre todo, se hacía en los inicios de la expansión de internet y el desarrollo masivo de las tecnologías de la comunicación). El Papa en el mensaje de este año da una respuesta tanto precisa como desafiante: *“¿Quién mejor que un hombre de Dios puede desarrollar y poner en práctica, a través de la propia competencia en el campo de los nuevos medios digitales, una pastoral que haga vivo y actual a Dios en la realidad de hoy? ¿Quién mejor que él para presentar la sabiduría religiosa del pasado como una riqueza a la que recurrir para vivir dignamente el hoy y construir adecuadamente el futuro? Quien trabaja como consagrado en los medios, tiene la tarea de allanar el camino a nuevos encuentros, asegurando siempre la calidad del contacto humano y la atención a las personas y a sus auténticas necesidades espirituales. Le corresponde ofrecer a quienes viven éste nuestro tiempo «digital» los signos*

*necesarios para reconocer al Señor; darles la oportunidad de educarse para la espera y la esperanza, y de acercarse a la Palabra de Dios que salva y favorece el desarrollo humano integral.”*

#### **d) La propuesta de la Congregación para el Clero**

En el marco de la necesidad / posibilidad de entrar en la dinámica de la “cultura digital” y poder aprovechar los beneficios que las nuevas tecnologías de la comunicación ofrece a la vida cotidiana de la Iglesia, en medio de tantos grandes e importantes proyectos, hay uno, llamado CLERUS, dedicado a los sacerdotes realizado por la Congregación para el Clero, que es el organismo de la Santa Sede que se ocupa de todo lo referido a los sacerdotes y diáconos del mundo.

Esta Congregación, en su empeño de promover la formación permanente de los clérigos, ha realizado un sistema informático que contiene una pluralidad de subsidios para un más fructuoso ejercicio del ministerio sacerdotal, diaconal y catequístico, para ofrecer un fácil acceso a un considerable patrimonio doctrinal, magisterial de la Iglesia y teológico, para el estudio permanente y para una más atenta y decorosa predicación de la Palabra de Dios, además de una mayor preparación en la enseñanza de la catequesis. Se ha puesto particular empeño para que estos subsidios también puedan alcanzar a los clérigos que no tienen posibilidad de acceso a materiales para su formación.

Ante todo hay que aclarar que CLERUS no es simplemente un sitio internet, sino un conjunto de proyectos, concadenados entre ellos, que han tenido en cuenta de las necesidades presentada por los Obispos en sus visitas *Ad Limina Apostolorum*, y de lo que surgió del contacto personal, sea con los Obispos que con los sacerdotes.

El estudio de estas exigencias, los datos estadísticos de la situación cultural-

económico-tecnológica mundial, las posibilidades estratégicas del Santa Sede / Congregación para el Clero ante el mundo, han permitido desarrollar estos proyectos-servicios que han alcanzado los cinco continentes. Esta familia de proyectos/servicios CLERUS está formado por:

- 1 - Sitios Internet [www.clerus.org](http://www.clerus.org) / [www.clerus.net](http://www.clerus.net) / [wap.clerus.net](http://wap.clerus.net)
- 2 - Proyecto “Missio”, que hace disponible [www.clerus.org](http://www.clerus.org) para ser consultado por correo electrónico
- 3 - El “Smart Cd” que hace disponible [www.clerus.org](http://www.clerus.org) en CDRom
- 4 - Sitio Internet [www.bibliaclerus.org](http://www.bibliaclerus.org)
- 5 - CD “Biblia Clerus” que hace disponible [www.bibliaclerus.org](http://www.bibliaclerus.org) en CDRom
- 6 - Mailing list (listas de distribución)
- 7 - Teleconferencias teológicas con los cinco continentes
- 8 - Newsgroups
- 9 - E-learning, que hace disponible la escuela *Sacrum Ministerium* on line
- 11 - Sitio Internet [www.annussacerdotalis.org](http://www.annussacerdotalis.org) que lleva adelante la iniciativa del Año Sacerdotal.

Así, el sistema CLERUS se presenta como un instrumento importante para la formación de los sacerdotes y diáconos, especialmente para quienes no tiene otros medios para consultar grandes bibliotecas. Allí se encuentran: el magisterio del Papa, homilías del Prefecto, documentos, relacionados con el ministerio sacerdotal y diaconal; pero también se ofrece una amplia biblioteca electrónica donde se encuentran muchas áreas como liturgia, derecho, hagiografía, oración, omilética, etcétera.

El sitio y el CD BIBLIACLERUS contienen el texto bíblico en diversas lenguas, 12 versiones bíblicas –libres de derechos– y

están enriquecidos con las obras completas de 11 de los 33 doctores de la Iglesia, de San Agustín a Santa Teresa del Niño Jesús. El programa está orientado hacia la predicación, por este motivo en cada citación bíblica es posible descubrir una de las categorías del esquema cuatripartido del Catecismo de la Iglesia Católica, comentarios místicos, morales, dogmáticos, etc.

#### b. Mailing list

– Con el objetivo de establecer un contacto con los sacerdotes y diáconos para que puedan recibir nuestros servicios, se han creado las “listas de distribución”, que son listas de direcciones mail, divididas por lenguas, a los que los usuarios se apuntan para recibir tanto materiales de formación como información.

– Al momento tenemos:

- + 20.275 sacerdotes y diáconos
- + 2.503 Obispos
- + 2.544 Diócesis y otros
- + 109 Nunciaturas
- + 66 Conferencias Episcopales

Todas las listas están divididas en lenguas: Italiano, inglés, francés, español, portugués y alemán

El entero proyecto CLERUS involucra la entera Congregación para el Clero, vale decir que no es solamente la tarea de la Oficina informática, quien coordina los proyectos, sino que es una tarea emprendida por el entero Dicasterio y se realiza dentro del trabajo cotidiano.

Los Superiores han encargado algunos oficiales como responsables del contenido del sitio para las diversas lenguas, pero es cura de los mismos superiores trazar la dirección fundamental que tienen que tener en general los sitios, como cada lengua en particular. En esta manera cada lengua tiene una vida independiente en cuanto al contenido,

dependiendo del material que se puede tener a disposición con los correspondientes derechos de autor. Por lo tanto, el contenido no es siempre en paralelo, excepto las cosas fundamentales que se realizan traducciones oficiales, sobre todo en lo que concierne a los documentos del Magisterio.

Es tarea de los superiores la relación con las editoriales, las universidades y los muchos autores que colaboran con el contenido, de manera de poder realizar los necesarios convenios y acuerdos para encontrar un material adecuado, de calidad y con los derechos a autor que hacen falta para la publicación.

El interés principal del actual prefecto, El cardenal Cláudio Hummes, es la Misión, por eso quiere que estos sitios [www.clerus.org](http://www.clerus.org), [www.bibliaclerus.org](http://www.bibliaclerus.org) y [www.annussacerdotalis.org](http://www.annussacerdotalis.org) puedan alcanzar cuánto más presbiterios posible, dando una nueva dinámica en la presentación del contenido y en el contenido mismo, de manera de hacer revivir y estimular en el sacerdote el aspecto misionero, proponiendo e invitando los presbíteros a leer, profundizar, y así formarse, para llevar adelante la misión.

### **3- Conclusión:**

La “era digital”, con su consecuente cambio de paradigma, esencialmente comunicacional, y definido estructuralmente por el “cambio”, nos pone delante tres grandes desafíos [31]:

– **el primero**, la toma de conciencia y la asunción de la realidad del cambio cultural, con su nueva lógica, sus potencias y sus límites [32]

– **el segundo**, un mayor aprovechamiento y estudio interdisciplinar (que ponga sus bases en la teología) del núcleo de esta nueva cultura que es *la comunicación*. Esta es, en definitiva, profundamente cristiana [33], no sólo porque la Iglesia nace de un acto comunicativo de Dios, que da la Vida y da la

Gracia, sino porque la misma Encarnación del Verbo es el acto intrínsecamente comunicativo de Dios. En Jesús, Dios habla, y es éste el prototipo de la comunicación humana, porque es comunicación, que nace de la Comunión Divina y tiende a la Comunión Divina

### **– el tercer desafío es la misión [34].**

Si la característica de la cultura contemporánea se presenta como “era de cambio”, y en el cambio encuentra la sinergia del crecimiento y su propia fecundidad –y también su límite!–, entonces debemos aceptar que la realidad del hombre (en el presente y cada vez más en el futuro) es “nómada”. El perfil del hombre contemporáneo ya no es más “sedentario” y su “geografía psicológica” ha cambiado profundamente, lo cual implica que el esquema “suenan las campanas y los fieles vienen a la iglesia” cada vez más queda “fuera de época”, no porque no se deban tocar las campanas, sino porque hoy éstas siguen sonando pero los fieles ya no vienen tanto a Misa (incluso en algunos lugares las iglesias ya no pueden tocar sus campanas para no molestar los edificios que se han realizado en su zona!). Por lo tanto, hay un llamado fundamental al mandato original: *Vayan y anuncien el Evangelio (Mc 16,15)*. Esto implica de nuestra parte conocer el mundo hacia el cual debemos, conocer el hombre que hoy debe recibir el mensaje. Éste, el Mensaje, permanece siempre idéntico ya que es el Mensaje de la Vida y de la Salvación, pero el hombre ha cambiado, su lenguaje ha cambiado, su pensamiento ha cambiado, su *habitat* ha cambiado, por ello estamos convocados a “...una evangelización nueva. Nueva en su ardor, en sus métodos, en su expresión” [35]. El elemento “cambio” que le da el impulso “hacia adelante”, no carece de graves inconvenientes, porque en una realidad en permanente estado de mutación se pone en riesgo el valor perenne de la Verdad Revelada y de la intrínseca naturaleza del hombre. Pero estos graves inconvenientes del cambio no se resuelven ignorando su existencia o condenándolos *a priori*, sino

Evangelizándolos: ¡*Vayan y anuncien!* Esto implica que entrar en la era digital, como dijimos, significa mucho más que “tener una computadora”, tener una página en Internet, o una radio o un canal de televisión, significa conocer, asumir la cultura y “trasmitir” (*tradere*) el Mensaje de siempre al hombre de hoy, respondiendo a sus preguntas [36] e iluminando su existencia con un Mensaje, que no sólo es de conocimiento de la Verdad, sino que es la comunicación del Amor del Padre.

---

#### NOTAS:

- [1] Cfr. De Kerckhove, D., *La piel de la cultura: investigando la nueva realidad electrónica*, Gedisa Editorial. Barcelona, 1995.
- [2] Cfr. *Gaudium et spes* 22.
- [3] Cfr. Benedicto XVI, *Discurso del Papa a un congreso organizado por el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales*, 23 de mayo de 2008, [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/speeches/2008/may/documents/hf\\_ben-xvi\\_spe\\_20080523\\_pccs\\_sp.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/speeches/2008/may/documents/hf_ben-xvi_spe_20080523_pccs_sp.html)
- [4] Cfr. Vitoria Rendón, O., *Análisis del entorno: un tiempo de cambios*, en «Revista venezolana de análisis de coyuntura», enero-junio, año/vol. XI, número 001, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela, 2005, pp. 11-36.
- [5] Cfr. Owen, H., *El Espíritu del liderazgo*, Oxford University Press, México, 2001.
- [6] Cfr. Schumpeter, J., *La respuesta creadora en la historia económica*, Editorial Oikos-Tau, Barcelona (1968).
- [7] Cfr. Deming, E., *La Nueva Economía para la industria, el gobierno y la educación*, Ediciones Días de Santos, Madrid, 1998.
- [8] Cfr. Drucker, M., *La sociedad poscapitalista*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1999.
- [9] “Los medios de comunicación tienen la capacidad de pensar no sólo sobre los modos de pensar, sino también sobre los contenidos del pensamiento. Para muchas personas la realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal; lo que los medios de comunicación no reconocen explícitamente parece insignificante”. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Instrucción pastoral Aetatis novae*, 1992, n. 4.
- [10] Cfr. Galvan, J. M., *El nacimiento de la tecnoética*, Roma 2001, [www.usc.urbe.it/html/php/galvan/indextecnoet](http://www.usc.urbe.it/html/php/galvan/indextecnoet)
- [11] Cfr. Delgado, B., *Nuevos medios, nueva sociedad. La incidencia de la comunicación publicitaria*, en «Retos de la sociedad de la información», Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1997, pp. 121-142.
- [12] Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Iglesia & Informática. Congreso Continental. Monterrey (México)*, EDICE - Conferencia Episcopal Española, 2004.
- [13] “Porque el ‘mensaje’ de un *medium* o una tecnología está en el cambio de proporciones, de ritmo o de esquemas que introduce en las relaciones humanas. [...] ‘El *medium* es el mensaje’, porque es el *medium* que controla y plasma las proporciones y la forma de la asociación y la acción humana. Los contenidos, en cambio, de estos medios de comunicación pueden ser diferentes, pero no tienen alguna influencia sobre las formas de la asociación humana”. McLuhan, M., *Los instrumentos del comunicar*, CDE, Milán 1997, pp. 16-17; cfr. McLuhan, M., *La luz y el medio. Reflexiones sobre la religión*, Armando Editor, Roma 2002; Granados G. M., *La cultura digital: posibilidades, fracturas. Ética en el comunicación*, en PCCS, Iglesia e informática, *op. cit.*, pp. 55-88; Galvan, J. M., *La comunicación entre fe y cultura*, en «Era

mediática y nueva evangelización» a cura de Stenico, T., LEV, Vaticano 2001, pp. 204-226.

[14] Es abundante la bibliografía sobre el análisis de los cambios provocados en el mundo por desarrollo de la tecnología, especialmente aquel al servicio de la comunicación, y no solamente limitadamente al ámbito del medios de comunicación. Cfr. Soukup, P., *Communication and theology: introduction and review of the literature*, Avon Litho Ltd., Stratford-upon-Avon, Warwickshire, 1991; *Recent work in communication and theology: a guide for the CICS*, en «Cross Connections. Interdisciplinary Communications Studies at the Gregorian University» por Srampickal, J. - Maza, G. -Baugh, L., PUG, Roma 2006.

[15] “Una revolución que, modificando el modo de comunicar, acaba también por invertir el modo de pensar y de vivir, induciendo reales cambios antropológicos, sociales y culturales, tanto de legitimar la reflexión sobre una real ‘cultura informática’ como factor de pasaje de la era moderna a aquella post-moderna”. Panteghini, G., *Messaggio cristiano e cultura informatica*, en «Crede oggi » 86 (2/1995), p. 97.

[16] Cfr. Conferenza Episcopale Italiana (CEI), *Comunicazione e missione. Direttorio sulle comunicazioni sociali nella missione della Chiesa*, LEV, Vaticano 2004.

[17] Bressan, L., *La Chiesa come struttura comunicativa*, en «Crede oggi» 144 (6/2004), p. 25.

[18] Cfr. Iribarren, J., *El derecho a la verdad. Doctrina de la Iglesia sobre prensa, radio y televisión (1831-1968)*, BAC, Madrid 1968; Metzinger, L., *Le Cinema au service de l'Evangelization et du Development*, in «Filmis», OCIC (Organizzazione Cattolica Internazionale del Cinema), Roma 1969, p. 22, cit. en *Teología y comunicación en los documentos de la Iglesia*, en «Iglesia y medios de comunicación social. El Magisterio de la Iglesia Católica. Actas del Congreso

Internacional (Murcia, 20 y 21 de octubre de 2000, Auditorio y Centro de Congresos Región de Murcia)», a cura di Navarro Ibáñez, P., Universidad Católica San Antonio (Murcia) y Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, Murcia 2002, p. 59.

[19] Corgnali, D., *Le nuove frontiere della comunicazione*, en «Crede oggi» 86 (2/1995), p. 5.

[20] Cfr. Juan Pablo II, *Mensaje para la XXIV Jornada Mundial de las comunicaciones Sociales*, 24-1-1990.

[21] Cfr. Pontificio Consejo para la Cultura, *¿Dónde está tu Dios? La fe cristiana ante la indiferencia religiosa*, Documento conclusivo de la Asamblea Plenaria del 2004, n. II , Propositiones Concretas.

[22] Cfr. Saint-Exupéry, A., *Terra degli uomini*, Mursia, Milano 2000, pp. 53-54.

[23] Pontificio Consejo para la Cultura, *¿Dónde está tu Dios?*, op. cit., Propositiones Concretas, 2.1.

[24] Juan Pablo II, Carta Encíclica *Redemptoris Missio*, 7-12-1990, en EV 12 547-732, 37 c.

[25] Kelly, K., *Nuove regole per un nuovo mondo*, Ponte alle Grazie, Milano 1999, p. 46.

[26] “Pero mientras este discernimiento se entrena y mientras se busca el modo más adecuado de comunicar el Evangelio al hombre de nuestro tiempo, la atención contextual del teólogo no puede no interrogarse en orden a la profundidad del cambio cultural que se produce en el horizonte mediático contemporáneo, también a causa del estallido comunicativo que no sólo el occidente está viviendo. Las implicaciones gnoseológicas, antropológicas, éticas de este tránsito cultural no parecen indiferentes o irrelevantes al saber de la fe”. Lorizio, P., *Teologia e comunicazione*, en «Era mediatica e nuova Evangelizzazione», por Stenico, T., LEV, Vaticano 2001, p. 213.

[27] Cfr. Saporito, P.P., *Líneas para un plano de acción*, en «Infopoverty: possible solutions», por Castelli Fusconi, C. - Giagnotti Tedone, F., Vita e Pensiero, Milano 2002, pp. 131-132; Cfr. Petrella, R., *Il "digital divide": analisi e proposte*, en «Internet e l'esperienza religiosa in rete», por Arnoldi, P. - Scifo, B., Vita e Pensiero, Milano 2002.

[28] Martini, C. M., *Il lembo del mantello. Per un incontro tra Chiesa e mass media. Lettera pastorale per l'anno 1991-1992*, Centro Ambrosiano, Milano 1991, p. 11.

[29] "Lo que saben y piensan los hombres y mujeres de nuestro tiempo está condicionado, en parte, por los medios de comunicación; la experiencia humana como tal ha llegado a ser una experiencia de los medios de comunicación". Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Instrucción pastoral Aetatis novae*, 22-2-1992, n. 2.

[30] Corgnali, D., *Le nuove frontiere della comunicazione*, op. cit., p. 9.

[31] Como el mundo contemporáneo, el mundo de los medios de comunicación, incluyendo Internet, ha sido conducido por Cristo, de manera incipiente pero verdadera, dentro de los límites del Reino de Dios y puesto al servicio de la Palabra de Salvación. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Etica en Internet*, 18.

[32] "El uso que la gente hace de los medios de comunicación social puede producir efectos positivos o negativos. Aunque se dice comúnmente -y lo diremos a menudo aquí- que en los medios de comunicación social «cabe de todo», no son fuerzas ciegas de la naturaleza fuera del control del hombre. Porque aun cuando los actos de comunicación tienen a menudo consecuencias no pretendidas, la gente elige usar los medios de comunicación con fines buenos o malos, de un modo bueno o malo". Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Etica en las comunicaciones sociales* (2000), n.1; cfr. *Pornografía y violencia en las*

*Comunicaciones Sociales. Una respuesta pastoral* (1989).

[33] "¿La 'comunicación' es un tema teológico? [...] Si la 'comunicación', en efecto, expresa solamente una de las muchas tareas eclesiales y no un aspecto de la Iglesia misma, él buscará en vano el objeto en la teología. Pero, en cambio, la comunicación no expresa solamente un ámbito de la praxis eclesial: es una dimensión del ser y el actuar de la Iglesia misma. No hay nada en la Iglesia que se pueda excluir a una elaboración teórico-teológica desarrollada dentro de esta perspectiva. [...] Se podrá comprender la importancia del tema de la comunicación sólo si será claro que la Iglesia no 'mantiene relaciones' ni 'produce efectos' solamente cuando a éstos están en sus intenciones. Su 'actuar comunicativo' queda definido a través del 'efecto comunicativo', el cual debe ser reconocido en cada comportamiento humano. Es pues imposible no comunicar. Watzlawick formula, así, el siguiente axioma metacomunicativo: 'Actuar o no actuar, la palabra o el silencio tienen siempre un carácter comunicativo'. Parece que hasta ahora la Iglesia no haya logrado entrever el carácter ineluctable de esta comunicación permanente". Bartholomäus, W., *La comunicazione nella Chiesa. Aspetti di un tema teologico*, en «Concilium» (1/1978), p. 165.

[34] cfr. Documento Conclusivo de la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, *Discípulos y Misioneros de Jesucristo para que nuestros pueblos en Él tengan vida*, Aparecida 13-31 de Mayo del 2007.

[35] Juan Pablo II, *Discurso a la asamblea del CELAM*, Port-au-Prince, Haití, 9 de marzo de 1983.

[36] Juan Pablo II, *Fides et Ratio*, 14-9-98, 1 ;26 ;27.