**[Iglesia, comunicación y cultura digital”, Mons. Celli en La Habana](http://www.agenciasic.es/2009/11/07/iglesia-comunicacion-y-cultura-digital-alocucion-de-mons-celli-en-la-habana/" \o "“Iglesia, comunicación y cultura digital”, alocución de Mons. Celli en La Habana)**

7 de Noviembre de 2009

Iglesia de Santa Catalina de Siena – La Habana, Cuba, 6 de noviembre 2009

**Comunicación, un signo de los tiempos**

Nuestra época está marcada por lo que podríamos llamar “el primado de la comunicación”. Una red comunicativa como la que se está tejiendo en nuestro planeta no se había visto nunca antes en la historia humana. Cables, antenas, satélites, receptores y todo tipo de artilugios digitales interconectados entre sí, constituyen como un sistema nervioso, un soporte global de comunicación que enlaza todos los continentes. En esta red fluye y se crea la llamada “cultura digital”, que ha generado un ecosistema comunicativo envolvente y complejo. Si bien quedan aún evidentes huecos de conexión, y está lejos de haber incorporado a toda la población mundial de modo estable, pues son millones los excluidos de estos beneficios, qué duda cabe que nos hallamos en una fase histórica comunicativa por excelencia. Al mismo tiempo se da la paradoja de que sobre todo en los lugares más dotados y ricos, crece el número de personas que viven solas y prácticamente incomunicadas con sus vecinos.

Si bien cada país y cada región del mundo tienen sus particularidades, a escala global el expansivo fenómeno de la sociedad de la información logra penetrar todas las fronteras sociales, políticas y culturales, todo ello gracias a las nuevas tecnologías de comunicación a las cuales accede un número cada vez mayor de usuarios. El sistema mediático y cultural de nuestro tiempo ha alcanzado tal importancia, que para muchos es el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales. Este ecosistema comunicativo es el ambiente en el que las nuevas generaciones crecen y se relacionan con un mundo no solamente físico sino también virtual.

Las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC’s) y la cultura digital que ha envuelto el mundo de hoy tiene algunas características que debemos tomar en cuenta al momento de comunicar:

- Es ***multimediática y flexible*** ya que el mismo mensaje se lo puede transmitir a través de varios soportes y distintos lenguajes, tales como texto, audio, video, música).

- Es ***des-localizada, y portátil*** (se reciben y emiten mensajes no sólo desde lugares fijos, sino desde cualquier lugar y hasta en movimiento).

- Es ***a-temporánea*** pues se puede ser emisor y receptor simultáneamente, y la comunicación en tiempo real ha suprimido los tradicionales tiempos de espera entre el emisor y el receptor. Hay un “presente prolongado” en los intercambios entre personas

- En continuidad con la anterior, es ***conectiva e interactiva***, pues facilita el envío y recepción de mensajes por parte de diversos interlocutores que ya no son pasivos sino activos.

- Es ***omnipresente e invadente***: puede alcanzar a los usuarios en cualquier lugar donde estén.

- ***Rompe la categoría del espacio***, pierden importancia la cercanía o lejanía física.

(…)

De hecho todo este panorama, que se oteaba ya en el Concilio Vaticano II, impulsó a la Iglesia a mirar la vida social, su propia realidad y hasta la teología en términos de comunicación, y a repensar el sentido y la eficacia de sus procesos comunicativos para impulsarlos al máximo y cumplir la misión que Cristo le encomendó cuando dijo a sus discípulos: “Id al mundo entero y predicad el Evangelio” (Mc 16, 15).

Recordemos que *para la Iglesia la comunicación no es un fenómeno externo o episódico. Se trata de algo esencial de su ser y de su quehacer*, pues la comunicación responde a la imagen y semejanza del ser humano con el Creador, y su ejercicio suscita una mayor comunión entre las personas (Communio et progressio, 1).

Tanto la comunicación interna (ad intra) como la comunicación externa (ad extra), hacia la sociedad, podríamos decir que están en el “código genético” de la Iglesia, pues ella es un misterio de comunión (Lumen gentium 4), fundada por Cristo en orden a la misión de anunciar el Evangelio a todas las gentes (Mt 28, 19). Comunicarse y comunicar no son, pues, tareas accesorias o secundarias al ser de la Iglesia, sino que surgen de su identidad y misión.

(…)

Para nosotros los creyentes, este hecho es la constatación de que el ecosistema comunicativo que cubre la Aldea Global anticipada por McLuhan en los años sesenta, debe encontrar a cada cristiano vigilante, como perceptor crítico de la comunicación y también como emisor, ya que la barrera de los roles en muchos casos se diluye por la flexibilidad que se da sobre todo en Internet. Hoy en día como la experiencia nos ha podido mostrar, podemos comunicar con el mundo entero, aún cuando no seamos concientes de ello.

**Aparecida: la Misión en muchos lenguajes**

Los Obispos reunidos en Aparecida en el año 2007 comprendieron de manera profunda los cambios que están incidiendo tanto en la mentalidad de las poblaciones del continente (n. 39). Incluso en los lugares más desprovistos y carentes de infraestructura, existe un impacto de la cultura mediática de nuestros días. Así pues, una Iglesia que se ha puesto en un estado permanente de misión, debe contemplar y comprender a la sociedad y las personas concretas a quienes se dirige, sus categorías de pensamiento, sus claves de comprensión. Los Obispos de América Latina y el Caribe están impulsando al pueblo de Dios a comunicar el Evangelio en todos los rincones, a todas las culturas, con los múltiples lenguajes que tenemos a nuestra disposición, con fidelidad creativa y con valentía. La comunicación actual en red puede ser un gran soporte a esta Misión continental, aunque ciertamente la Misión no se agota en ella, y ninguna comunicación mediada por la tecnología pretende sustituir el contacto personal y la vida comunitaria en directo. Se trata de procesos complementarios, ninguno de los cuales puede hoy prescindir del otro.

***El Verbo encarnado nos ha dado ejemplo de cómo comunicarnos con el Padre y con los hombres.*** Nos invita a vivir, como Él, momentos de silencio y de recogimiento; en su nombre compartimos el pan y la fe en la comunidad viva, y predicamos en distintos lugares y con diversos lenguajes. Él explica las Escrituras, se expresa en parábolas, dialoga en la intimidad de las casas, habla en las plazas, en las calles, a las orillas del lago, desde las cimas de los montes. El encuentro personal con Él no deja indiferente sino que estimula a imitarlo: “Lo que yo os digo en la oscuridad, decidlo vosotros a la luz; y lo que oís al oído, proclamadlo desde los terrados” (Mt 10, 27). (cf. El rápido desarrollo n.5)

Siendo nuestro mensaje la persona misma de Jesucristo vivo, la multiplicidad de lenguajes que hemos de aprender a usar surge de dos aspectos complementarios: por una parte, de las diversas audiencias o grupos con quienes tenemos una interlocución, pues sus edades, raíces culturales y marcos de comprensión pueden diferir mucho entre ellas. Y por otra parte, también emergen de los diversos soportes, que exigen modos de expresión particulares. No es lo mismo hacer una homilía en directo que colocarla en párrafos breves en nuestro sitio web, o que enviarla en forma de micro-mensajes a través de teléfonos móviles o en cápsulas audiovisuales. Si los Episcopados generan documentos y comunicados a la sociedad, en formato texto, ¿será posible soñar en que esos mismos contenidos puedan ser condensados en breves spots de radio o audiovisuales, para alcanzar al gran público, que tantas veces no está habituado a leer?

**Mirando hacia el futuro, sin temor**

(…) Pero es necesario estar preparados; tenemos que ser cada vez más conscientes de que “no basta 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 sicológicos” (R M, 37). Quizá se tenga la tentación de sufrir un cierto desaliento y temor al sentirse impreparados o con pocos recursos; sin embargo no hay que desanimarse por ello. Sabemos que no estamos solos; nos sostiene una fuerza incontenible, que emana del encuentro con el Señor. Si ustedes tienen este compromiso, queridos agentes de la comunicación y de la cultura, es porque también ustedes, como los discípulos de Emaús, han reconocido al Señor resucitado al partir el pan y han sentido arder de alegría su corazón al escucharlo[3].

Esta es la fuente de la novedad cultural más auténtica. Este es el estímulo más fuerte para un compromiso coherente de comunicación. No nos cansemos de mirar a Jesús de Nazareth, el Verbo hecho carne, que ha realizado la comunicación más importante para la historia de la humanidad, permitiéndonos ver, a través de Él, el rostro del Padre celestial (cf. Jn, 14,9) y dándonos el Espíritu de la verdad (cf. Jn 16, 13) que nos lo enseña todo. Pongámonos una vez más a la escucha de la enseñanza de Jesús, para que la multiplicación de las antenas en los techos, como instrumentos emblemáticos de la comunicación moderna, no se vuelva paradójicamente en el signo de la incapacidad de ver y de escuchar, sino que sea el signo de una comunicación que crece al servicio del hombre y del progreso integral de toda la humanidad[4].

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**De todo lo anterior podemos deducir algunas pistas de acción:**

- Seguir impulsando a todos los niveles la *formación en comunicación*: percepción crítica de los medios y la edu-comunicación en la instrucción infantil y juvenil; expresión audiovisual y multimediática de agentes de pastoral, también en el campo de la comunicación en red; y no olvidar la urgente formación de los futuros presbíteros en el Seminario, y de los Obispos en ejercicio, para que esta cultura no sea ajena a la Iglesia, sino que ella pueda hacer presente el rostro de Cristo también en este nuevo territorio.  
- Aunque parezca lo contrario, en la cultura digital lo importante no es la tecnología, sino *las personas* capaces de expresar bien los contenidos en esos nuevos formatos. ¡Convoquemos a los creativos, artistas y jóvenes católicos! Una formación adecuada puede ser un semillero de vocaciones para ser misioneros en esta cultura comunicativa.  
- Abandonar el aislamiento en que tantas veces se trabaja, incluso con la mejor voluntad, pero ignorando las demás iniciativas católicas. *Una articulación y mutuo conocimiento*, con servicios comunes a todos (trabajo en red), no quita visibilidad a cada iniciativa, sino que le da una visibilidad corporativa.