

LA ERA DIGITAL, UNA OPORTUNIDAD PARA IR MÁS ALLÁ DEL TEMPLO

Eduardo Soto P.
Panamá

El mundo de la comunicación no es un fenómeno social más, como pudo ser la regulación del trabajo. Hoy la comunicación es todo, se ha convertido en atmósfera, en texto y contexto de la vida. El ser humano nace y se hace en un ambiente de comunicación permanente que lo definen como ser audiovisual. Ya está en su ADN intelectual. Pretender acercarse a este hombre, usando los medios como instrumento y no como atmósfera, es un error. Si bien los Pontífices han reflexionado sobre el asunto, y cada vez los análisis pastorales son más profundos, todavía la Iglesia como institución permanece con técnicas y tecnología de comunicación desfasada. Tiene los medios, pero los usa como púlpito, no como lo que son: atmósfera vital del hombre de hoy.

Pongo como ejemplo la misa televisada. En la liturgia transmitida por satélite, no se usa recurso alguno diferente al de la misa en los templos, cuando podría potenciarse el mensaje. ¡Estamos hablando de la televisión! Pues no, al menos en mi país no pasa nada, no se aprovecha el recurso y lo que se hace es, con tres o cuatro cámaras, transmitir lo mismo que ocurriría en un templo. Con el agravante que el telespectador no tiene acceso a Jesús Eucaristía.

En el ser y quehacer de la iglesia la comunicación es todo. La Evangelización, la catequesis, los sacramentos, la vida en comunidad... todo se logra y se perfecciona mediante procesos comunicacionales.

Ahora bien, si entendemos la comunicación también como sistemas que evolucionan, la era digital permite que la Iglesia deje de estar dando pasos hacia atrás, como renuente, aprendiz. Mientras los actores seculares (casi siempre a contravía con las enseñanzas y doctrinas de la Iglesia, muchas veces con la intención anunciada de "matar" a Dios) han adquirido maestría y dominio total de la nueva tecnología y las nuevas técnicas de comunicación, la iglesia parece conformarse con pasos lentos... indecisos.

Felicitísimo Martínez, teólogo de la comunicación, asegura que la comunicación masiva es un universo de gracia y de pecado. Él insiste en que la comunicación es hoy el nuevo areópago.

Dice que Pablo dijo un ejemplo que hoy adquiere valor sin igual: "Estar allí donde se debaten las cuestiones disputadas, es condición obligada para la misión eclesial", asegura.

Martínez concluye: Concurrir a los lugares en los que se gesta la nueva cultura es un deber para el evangelizador. Descubrir las "semillas del Verbo" o "la presencia de Dios que ha llegado primero", es un compromiso y un desafío para la Iglesia evangelizadora.

En este contexto, no sé si la Iglesia Católica ha hecho aportes como tales. Se parecen más a apuntes marginales en un torrente conceptual y evolutivo que parece no tener tiempos de descanso.

Atendamos lo que nos dice Aparecida:

497. Es necesario comunicar los valores evangélicos de manera positiva y propositiva. Son muchos los que se dicen descontentos, no tanto con el contenido de la doctrina de la Iglesia, sino con la forma como ésta es presentada. Para eso, en la elaboración de nuestros planes pastorales queremos:

- 1. Favorecer la formación de un laicado capaz de actuar como verdadero sujeto eclesial y competente interlocutor entre la Iglesia y la sociedad, y la sociedad y la Iglesia.*
- 2. Optimizar el uso de los medios de comunicación católicos, haciéndolos más actuantes y eficaces, sea para la comunicación de la fe, sea para el diálogo entre la Iglesia y la sociedad.*
- 3. Actuar con los artistas, deportistas, profesionales de la moda, periodistas, comunicadores y presentadores, así como con los productores de información en los medios de comunicación, con los intelectuales, profesores, líderes comunitarios y religiosos.*
- 4. Rescatar el papel del sacerdote como formador de opinión.*

Hoy, como nunca antes, esta propuesta de la Iglesia Continental es posible gracias a la era digital que nos abruma.

Monseñor Claudio María Celli dijo a los comunicadores sociales en Madrid en 2008: "Si bien la visibilidad de la Iglesia en los medios no garantiza que esté evangelizando, una ausencia de visibilidad es en cierto modo signo de deficiencia en la evangelización".