

# Medios digitales para nuevas circunstancias antropológicas

Roberto Torres Balcázar \*

En reciente entrevista realizada por Sergio Centofanti de Radio Vaticano al Cardenal Peter Erdő <sup>1</sup>, –en la perspectiva del encuentro ya realizado el pasado 2 de octubre en Tirana, Albania, de la plenaria del Consejo de la Conferencia Episcopal de Europa (CCEE)– el purpurado húngaro realizó algunas afirmaciones que consideramos “de oro”, en vista del aprovechamiento de los recursos digitales en la Nueva Evangelización.

El tema central del encuentro de la CCEE era justamente ese, la Nueva Evangelización, y era abordado en el contexto europeo y también en la perspectiva del Sínodo de los obispos convocado por su Santidad Benedicto XVI para octubre del próximo año. Entretanto, considero que las afirmaciones que pasaremos a analizar tienen validez universal y muy actual.

"Seguramente el hombre europeo ha cambiado, las circunstancias antropológicas son nuevas, la gente está muy abierta a la comunicación a través de imágenes, a través de efectos audiovisuales, a través de las impresiones y sentimientos momentáneos, pero es también muy abierta al movimiento: pensamos en las peregrinaciones, el turismo. La palabra hablada y escrita, el razonamiento lógico, a veces, causa dificultades en muchos de nuestros contemporáneos", expresó el Cardenal Erdő a Centofanti en la ocasión.

“La gente está muy abierta a la comunicación a través de imágenes”: Esa expresión del purpurado húngaro recuerda la clásica de Pablo VI, cuando en la *Evangelii Nuntiandi* <sup>2</sup> afirmaba que el hombre moderno –“hastiado de discursos”, a menudo “cansado de escuchar”, e incluso “inmunizado contra las palabras”– había ya “rebasado la civilización de la palabra, ineficaz e inútil en estos tiempos, para vivir hoy en la **civilización de la imagen**”. Es preciso resaltar que las afirmaciones del Papa se dieron en un tiempo en que aún no existía internet, televisión por cable, telefonía móvil, etc., es decir, han aumentado notablemente su actualidad.

Es claro, *Fides ex auditu*, la Fe viene de la escucha como afirma San Pablo (Rm 10,17), y es el propio Pablo VI en el mismo documento citado quien insta a los fieles a no “disminuir el valor permanente de la palabra, ni hacer perder la confianza en ella. La palabra permanece siempre actual, sobre todo cuando va acompañada del poder de Dios” <sup>3</sup>. En el mismo sentido se manifestaba el Cardenal Erdő a Radio Vaticano, cuando decía que “tenemos que preservar esos lenguajes que son tal vez los de menos de moda. No podemos renunciar a la

---

1 <http://www.radiovaticana.org/it1/articolo.asp?c=524687>

2<sup>1</sup> Cfr. Pablo VI. Exhortación Apostólica *Evangelii Nuntiandi* acerca de la Evangelización en el Mundo Contemporáneo. 8 de diciembre de 1975. n. 42

3<sup>1</sup> *Ibíd.*

Biblia, no podemos renunciar a la extensión textual de nuestra fe, no podemos renunciar a un razonamiento lógico, a una argumentación”<sup>4</sup>.

Entretanto, es claro que ni el Cardenal húngaro ni el Papa Montini hallan incompatibilidad entre el gusto de la imagen y de todo tipo de afectación sensible de la que están ansiosas las nuevas generaciones, y la apropiación de la palabra que salva.

Al final, no es sino tener unos conocimientos básicos de filosofía o psicología para saber la intrínseca relación que hay entre imagen y representación sensible y el concepto expresado por la palabra.

La palabra es la manifestación conceptual de un conjunto de imágenes, o mejor de un conjunto de representaciones sensibles. Y la palabra se nutre de la imagen. La palabra árbol es vacía de contenido para quien nunca ha visto un árbol o nunca se lo han descrito... con conceptos que finalmente terminan sustentándose en imágenes sensibles.

Esa ansia de la imagen que ya destacaba Pablo VI ¿no habría sido producida por una hiper-conceptualización de los discursos de épocas pretéritas? Creemos que sí.

No podemos afirmar que el joven de nuestros días tiene aversión ‘per se’ por el concepto, por la palabra. Sustentamos nuestra afirmación, por ejemplo en los 400 millones de ejemplares de los libros de Harry Potter que ya habían sido vendidos en el año 2008.<sup>5</sup> Pero el hombre hodierno sí tiene “horror” o “pereza” a un discurso hiper-abstracto, de hileras a veces de interminables conceptos de 2do. o 3er. nivel de abstracción, que no tienen el ‘respiro’ de una referencia a un ser material concreto. Y quien va a analizar muchos de los best-sellers que hoy siguen surgiendo en el mercado, encontrará que uno de sus elementos comunes es la descripción fácilmente digerible –y mejor si es agradable– de hechos concretos, de objetos materiales concretos, de seres concretos en situaciones concretas.

Lo anterior no significa, es claro, que para llegar al hombre de hoy debemos transformar la enseñanza del Evangelio en la descripción detallada e imaginaria de lo que comió el Señor al desayuno, y de cómo iba vestido Pedro en esa ocasión. Pero quien analiza las parábolas simples y sublimes con las que el Divino Maestro educaba a sus apóstoles, discípulos y pueblo, encontrará un lenguaje muy de imagen, un lenguaje sensible, también con sus abstracciones, pero accesible -por ser fuertemente ‘sensible’- a todos los hombres de todos los tiempos, incluso al de estas épocas de la generación de la imagen.

Imágenes que nos lleven a las palabras y a la Palabra; y una palabra continuamente alimentada por la imagen: un ejercicio que tal vez no encuentre medio más propicio para desarrollarse, que el de los ambientes digitales.

\* Miembro del Comité Editorial de Gaudium Press

---

4 <http://www.radiovaticana.org/it1/articolo.asp?c=524687>

5<sup>1</sup> Flood, Alison (17 de junio de 2008). «Potter tops 400 million sales». Consultado el 2 de diciembre de 2008. in [http://es.wikipedia.org/wiki/J.\\_K.\\_Rowling](http://es.wikipedia.org/wiki/J._K._Rowling)