

La necesidad de una comunidad de personas

El concilio Vaticano II estableció, en 1966, la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales en la solemnidad de la Ascensión del Señor. Desde entonces, cada año, los Papas han dirigido un mensaje a la Iglesia con este motivo. Este año con el título: “Somos miembros unos de otros” (Ef 4,25). De las comunidades en las redes sociales a la comunidad humana».

El Papa Francisco, en su mensaje, hace una llamada a formar comunidades de personas utilizando las palabras que san Pablo dirigió a los habitantes de Éfeso: “Somos miembros unos de otros”. Son palabras que tienen plena actualidad con la aparición de intensas relaciones digitales que hacen languidecer o incluso desaparecer otras relaciones en las que sus protagonistas están cara a cara. Quienes tienen la experiencia del encuentro personal lo fomentan y lo proponen porque permiten establecer una comunicación más completa. Pero son cada vez más las personas, especialmente jóvenes, cuyas relaciones con los demás se realizan a través de nuevas herramientas de comunicación con una calidad sensiblemente inferior, pero que ellos consideran suficiente y que no están dispuestos a cambiar.

El origen de esta transformación y desarrollo digital acelerado en apenas veinte años se debe al esfuerzo realizado por compañías tecnológicas que ofrecen herramientas y servicios gratuitos y de calidad. Realmente su aportación ha producido un avance de las relaciones personales y de las comunicaciones sin precedentes y ha ocasionado una acumulación y difusión del conocimiento humano exponencial. Sin embargo, a cambio, las compañías recogen información personal de los usuarios masivamente. De este modo, mientras las leyes limitan la difusión de contenido personal, las grandes compañías conocen quiénes somos, qué hacemos, dónde y cómo lo hacemos, a cambio de servicios de calidad y gratuitos. La moneda de pago de esos servicios es la propia intimidad ofrecida después por esas compañías en el mercado de la información.

Efectos de la transformación digital

Los efectos de esta nueva comunicación se hacen visibles rápidamente con el debilitamiento de las relaciones personales, la manipulación de las opciones sociales y

el bien común, o la dificultad creciente para acceder a la verdad que ya anuncia nuevas modalidades.

Es verdad que las relaciones digitales pueden preceder o prolongar las relaciones personales, las conversaciones cara a cara, pero no las pueden sustituir. Si la persona quiere obtener relaciones personales de calidad, y no se puede olvidar que eso es el amor, siempre será necesario un quien con el que conversar, un quien completo, con una presencia completa, no meramente digital. Los malos entendidos, las incomprendiones, las murmuraciones, las confusiones que se generan en el mundo digital se trasladan con todas sus consecuencias, y con gran facilidad, al mundo de las presencias reales. Es una experiencia común y frecuente. Por ello, se hace necesario someter al test de la relación presencial todas aquellas novedades que se han generado en un entorno digital.

Un segundo cuestionamiento de las relaciones digitales es la manipulación interesada de las opciones sociales y, en última instancia, del bien común. La investigación sociológica está demostrando la capacidad que tienen los entornos digitales para modificar las percepciones y las decisiones libres en aquellos contextos en los que son los ciudadanos los que tienen la capacidad de tomar decisiones de largo alcance. Es entonces cuando los intereses particulares y ocultos de unos movilizan los recursos digitales suficientes para transformar las percepciones de quienes tienen que elegir y modificar sus decisiones. La única alternativa consiste en redoblar la formación social de los ciudadanos, haciéndoles conscientes de la responsabilidad que tienen sobre el bien común, no sólo con sus opciones y decisiones sobre el gobierno de lo público sino también con sus acciones positivas en favor de los otros. Sin la implicación personal en los proyectos comunes y sin el estudio de las decisiones sobre las cuestiones que se someten a elección, es muy fácil dejarse llevar por la manipulación que medios, instituciones y personas realizan en el ambiente digital.

El tercer cuestionamiento, consecuencia de los dos anteriores, es la dificultad creciente que el contexto digital impone para acceder a la verdad. El problema no es que el mundo de internet, desde la web hasta las redes sociales, se haya convertido en el espacio de los bulos, las calumnias, las insidias o las falacias; sino que, conviviendo éstos con la verdad, el rigor, la objetividad o la exactitud, no existen las herramientas para discernir lo uno de lo otro. Siguiendo el ejemplo bíblico, no es el problema que el trigo crezca junto a la cizaña, pues esto ya avisó el Señor que sería así. El problema es que no hay forma de distinguir lo uno de lo otro y corremos el riesgo de alimentarnos con la mentira o el error. Como una broma, como un divertimento irresponsable, como fruto de intereses personales o colectivos o como consecuencia de predeterminaciones ideológicas, políticas o económicas, la red se ha llenado también de irrealidades que impiden encontrar el bien que uno busca. La verdad se ha hecho, de tan costosa, casi inaccesible. Esto afecta tanto a la verdad pequeña de un dato o un acontecimiento que queremos conocer como a la verdad profunda del ser humano, de su identidad, de su misión o de su proyecto de vida.

Volver a las relaciones personales

En su mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones de este año, el Papa aplica la metáfora del cuerpo al mundo de la comunicación: somos miembros unos de otros, nos necesitamos unos a otros. El otro no es un ser para sí, ni yo soy sólo un “para mí”: somos para los demás. No somos totalmente dueños de nosotros mismos, me debo también a los otros, nos debemos unos a otros: los demás me necesitan para ser ellos mismos. Las comunidades cristianas de los primeros siglos lo vivieron así y en ellas tenemos una referencia adecuada.

El mundo digital puede ser humanizado desde la convicción de la importancia personal del otro que debe ser atendido y amado, desde el aprecio de la importancia del bien común que debe ser comunitariamente alcanzado y desde la verdad que irradia su luz sobre las realidades creadas. Las palabras del Evangelio “Cuando dos o más se reúnen en mi nombre, ahí estoy yo en medio de ellos” deben ser vividas en los entornos digitales no sólo como experiencia de comunidad y compañía, sino también como palabras que impulsan la misión.

La red debe ser poblada de nuevas comunidades cristianas con los mismos rasgos de aquellas primeras comunidades que impresionaron y transformaron su tiempo: lugares de comunión y celebración de la palabra, espacios para el aliento y la compañía ante las dificultades, ambientes en los que se organiza y se prepara la misión, como anuncio del verbo de Dios encarnado. Comunidades también que trabajan por llenar de buenas noticias el espacio digital y combatir con gracia y elegancia la cizaña que en ese lugar se puede encontrar. Esas comunidades además crearán los cauces para pasar de lo digital a lo presencial. Este paso debe de ser el objetivo de cualquier cristiano en la red: acercar a las comunidades de la Iglesia presencial a todos los que se acercan a cualquier comunidad eclesial digital y así poder celebrar juntos la eucaristía, la reconciliación y la pertenencia a la Iglesia.

Que la Virgen María, portadora de la buena noticia a este mundo, nos permita llenar la realidad en que vivimos, presencial o digitalmente, de la buena noticia de Jesús interesado verdaderamente por el bien y la felicidad de todos.

27 de mayo de 2019

+ Ginés García Beltrán, obispo de Getafe. Presidente de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social

+ Juan del Río Martínez, arzobispo castrense de España

+ José Manuel Lorca Planes, obispo de Cartagena

+ José Ignacio Munilla, obispo de San Sebastián

+ Salvador Giménez Valls, obispo de Lleida

+ Sebastià Taltavull, obispo de Mallorca

+ José María Gil Tamayo, obispo de Ávila

+ Joan Piris, obispo emérito de Lleida