

## LA “ERA DIGITAL” EN LA “GRAN MISIÓN CONTINENTAL”

### La “Era Digital” (1)

#### *a- Introducción*

Si debiéramos y pudiéramos formular un principio sobre el cual gira nuestra sociedad contemporánea, podríamos decir que es el “CAMBIO”! (2) Vemos cómo la sociedad, las instituciones, las empresas, las personas cambian, y necesitan 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 en su esencia inmutables (3).

Es aquí aparecen los grandes conflictos, porque de una parte “todo cambia”, de la otra la verdad de Dios, y por lo tanto del bien, del amor y de la verdad del hombre mismo, permanecen siempre las mismas. Así el cambio cuestiona (4) fuertemente la verdad, y nos pone tantas veces en duda en los puntos esenciales de nuestra vida cristiana, exigiéndonos repensar 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 predicado al hombre de hoy.

Podríamos resaltar, en primer lugar, una simultaneidad de cambios coyunturales, cambios estructurales y cambios institucionales dentro del sistema, en una frontera donde el corto plazo y el largo plazo se encuentran.

Los cambios institucionales(5a), por su parte, se plantean cuando el orden jurídico-institucional resulta anacrónico y las instituciones se tornan ineficientes, de manera que su obsolescencia hace necesario un cambio de normas y nuevas reglas del juego.

En segundo lugar, la naturaleza de los cambios podría estar referida a un tiempo de transformaciones; a una etapa de transición; a un cambio histórico. Se trataría de un cambio del sistema(5b) mismo.

Finalmente, la naturaleza de los cambios pudiera referirse a las dos cosas (5c) al mismo tiempo: a cambios intra-sistema que conducen, en determinadas condiciones, al inicio de un cambio del sistema en el cual “la sociedad se reestructura a sí misma (5d)” (Drucker 1999).

En el cambio profundo hay aprendizaje. La organización no se limita a hacer algo nuevo; crea la capacidad para hacer las cosas en una forma distinta (6). 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 retos que impiden el progreso y 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.

Pero frente a los cambios se pueden adoptar dos actitudes: ignorarlos o involucrarse en ellos. La primera es una neofobia y la segunda es una respuesta creadora. La neofobia es la resistencia al cambio (7a), el miedo a lo nuevo, la refractariedad a las innovaciones, la paralización. Es ver el entorno cambiante como una amenaza. Al momento de la verdad: A nadie le gusta cambiar; los sistemas son en esencia conservadores (Owen, 2001).

La respuesta creativa es la actitud de aprender, de innovar. Es la “destrucción creadora” (Schumpeter, 1947). Es el camino hacia la transformación (Deming, 1998). Es convertirse en un agente del cambio y considerar el cambio como una oportunidad (7b) (Drucker, 1999). A la hora de la verdad: Los cambios institucionales 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, modifica, no son 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 el valor de la persona humana. En definitiva, una revolución total, que indica un cambio de “era (8)”.

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

### ***b- Por qué un “cambio de ‘era’”***

Si buscamos en el diccionario, ERA, según la Real Academia Española, es «el extenso período histórico caracterizado por una gran innovación en las formas de vida y de cultura».

Por tanto un cambio de “era” es aquel momento histórico en que se verifica un cambio profundo introducido por el hombre. El cambio que se introduce es permanente y extensivo a su modo de estar en el mundo, de relacionarse y dominarlo. Así, los grandes cambios, que indican hitos históricos (9), irrumpen en la historia con una modificación de su curso en forma irreversible.

Pensemos lo que en su momento significó la utilización del fuego, de la piedra, de los metales: eventos que marcaron hitos irreversibles y que exigieron al hombre, que comenzaba a servirse de estos elementos, una nueva forma de asumir su vida y de relacionarse con sus semejantes y con el mundo. De hecho, una vez introducidos estos cambios, la supremacía de unos sobre otros ha quedado marcada por la utilización de aquello que produjo el “cambio de era”.

Otro elemento que caracteriza una era, es que el aporte que introduce es acumulativo con los de las eras precedentes, por lo tanto permanece en el tiempo aún con el surgimiento de una nueva era. La historia y el progreso los desarrolla, los perfecciona, pero su esencia no sólo permanece original, sino que no pasa con el tiempo: el fuego sigue calentando el agua y cocinando los alimentos, pero además hoy permite enviar satélites al espacio.

Es importante citar en este contexto, el cambio producido en la “era Gutenberg”, la era del libro. Este ha marcado profundamente la historia, ha cambiado su curso, se ha ido perfeccionando cada día más, y hoy, en la era digital, permanece vigente y, en su esencia, no puede ser reemplazado —aunque sí completado—.

### ***c- La "Era Digital": qué es?, cuáles son sus características?***

Hoy es común llamar a nuestra época la «era digital», donde el elemento de “cambio” viene dado por el surgimiento, desarrollo y expansión de las tecnologías que utilizan el lenguaje binario(10) para el procesamiento, transferencia, soporte y almacenamiento de los más diversos tipos de contenidos. Ello comporta una consecuente organización y control de los distintos aspectos de la sociedad a través de esta nueva manera de interactuar con la realidad, generando una nueva lógica de pensamiento y de relación.

Como la revolución del fuego, de la piedra o del metal, estas *nuevas tecnologías* se hacen presentes en la vida humana no como un elemento más que se suma a muchos otros que la historia y el desarrollo van incorporando, sino de una manera que exige una nueva síntesis y forma de interpretar y vivir la vida humana(11).

Son bien conocidas las extraordinarias capacidades que las nuevas tecnologías tienen para la comunicación; como también la capacidad de combinar los elementos fílmicos, fotográficos, auditivos, textuales. Con esta tecnología la representación de la realidad puede ser procesada en formas que pueden ir de lo artístico a lo engañoso.

También, en los instrumentos digitales el ser humano ha desarrollado de una manera extraordinaria su pensamiento, por tanto encuentra en ellos un atrayente reflejo de sí mismo. De entre todos los elementos desarrollados por el hombre, podríamos decir que estos son los que están hechos *a «su imagen y semejanza»*, en el sentido de que son capaces de procesar datos, sólo que lo hacen en grandes cantidades, relacionando toda la información que les fue suministrada y a velocidades antes impensables(12); y, en cierta forma se presenta frente al hombre como *«una ayuda adecuada»* en la tarea cotidiana de gobernar y transformar el mundo.

Entre muchas otras cosas esto nos permite comprender en parte la fascinación por la tecnología en general(13) y, especialmente, por los juegos electrónicos. Podría parecer que en ellos la imaginación ha perdido terreno, pero sería según el estilo de

los juegos tradicionales y «caseros»; en este nuevo campo la inteligencia especulativa, lógica, matemática y sobre todo investigativa, adquieren un protagonismo que se abre a un nuevo tipo de imaginación diverso al anterior, pero no menor.

Pero quizá la más importante consecuencia de la «era digital» es que articula de una forma nueva diversos inventos que estaban inconexos entre sí: teléfono, satélites, computadoras, videocámaras, robots, encuentran un lenguaje común e interactúan de tal modo con el hombre, que forman un «todo» más complejo, el soporte de la «aldea global».

Otra importante característica de esta “nueva era” es la nueva concepción del tiempo y del espacio(14).

Los medios de comunicación, sobre todo los electrónicos, han modificado el sentido de tiempo y espacio en la interacción social. Ellos, tele-comunicando todo, cambian el concepto tradicional de tiempo y espacio, llevando - de modo paradójico - in-mediatamente el mundo y los acontecimientos, en tiempos reales(15), no sólo dentro de nuestra casa, sino también con nuestras mismas personas, con los sistemas móviles. No sólo los medios de comunicación nos llevan “el mundo” sino que nos llevan “al mundo”. Nos hacen “presentes” dondequiera queramos, con una inmediatez que crece exponencialmente con el desarrollo de la realidad virtual y con el aumento de la capacidad de transmisión de los medios de enlace y su difusión en el orbe y en el espacio.

Se cambia también el sentido de lugar, e incluso cambian el concepto de identidad y el del comportamiento social “adecuado”. El lugar como es tradicionalmente entendido - complejo físico y cultural - no es aquel ligado a la misma presencia y a la misma experiencia(16), sino estas dos realidades son cambiadas en presencia y experiencia mediática: el mundo de la realidad virtual.

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

##### **- Una “nueva cultura” a Evangelizar**

No se puede no 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”: (17,18,19) *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.* (Redemptoris Missio 37, c)

Por su parte, y siempre con una mirada crítica sobre como la sociedad mediática actual crea nuevos espacios, Kevin Kelly afirmó: (20-21) *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.*

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 (22).

Por tanto, muchos llaman este fenómeno “nueva revolución copernicana”, en la que cada ser humano y todos ellos, lo quieran o no, son implicados e integrados en el circuito comunicacional. Eso comporta una consiguiente nueva marginación, nuevas capas sociales, (23) se habla de “info-pobres” y “info-ricos”, nuevas configuraciones y “mapas” de las relaciones: el *digital divide* o brecha digital.

La configuración social debe pensarse “en clave relacional” (24): *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.*

Este nuevo modo de ser nos supone un fuerte desafío de carácter antropológico (25) , 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, y reales, se vuelven también indirectas, es decir,

espacios relacionales, escenarios comunicativos, entornos vitales; puede decirse entonces, que la comunicación nos hace “ser”, nos hace “existir.”

Una reflexión sobre la cultura nos lleva a reflexionar sobre la necesaria mutación provocada por los medios de comunicación, que ha suscitado también un cambio de la identidad del hombre, por lo tanto se trata de un cambio antropológico importante: (26) “A nivel filosófico se podría hallar, después del paso del *essere est percipi* al *cogito ergo sum*, una nueva condición: *communico, ergo sum*. La sociedad, pues, se presenta cada vez más “a subsistencia informativa”.

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”, (27) que implican todos los sentidos y son “universalmente” comprensibles.

- El hombre frente a estos cambios (28)

Como diferentes estudiosos de los medios de comunicación señalan, la cultura informativa global suscita personas apocalípticas y personas integradas(29). Las primeras son las que rechazan la nueva cultura, las segundas ven la nueva cultura como la liberación de los valores abstractos, para abrir paso a una condición laico-tecnológica del amor y el juego. Estas últimas ven, al final, la salida de la mente de la prisión física de los cuerpos. Pero en este punto uno se pregunta: (30)¿se trata de una comunicación verdadera, o bien de un “Babel” de los nuevos medios de comunicación?

Basta poco para darse cuenta en que medida son relevantes los efectos de los medios de comunicación en la sociedad (31): despersonalización, homologación, cambio simbólico, nuevas escalas de valores, nuevas actitudes y comportamientos. Esto tiene como efectos correspondientes (32): desestructuración, nivelación cultural, fragmentaciones del individuo y la sociedad, exteriorización, etcétera.

Por otra parte (33) se entrevé un horizonte de conocimiento hasta ahora inesperado, una capacidad relacional completamente original y fascinadora, que presenta la superación de la misma tecnología como señal y factor de desarrollo.

En este cambio descrito, en el hecho mismo del vuelco de ciertos valores, son retomados y potenciados otros como aquel de la relacionalidad (34), donde el “estar junto” crea una dinámica sinérgica que potencia la singularidad del individuo. La interacción es una de las características estratégicas de desarrollo de los nuevos medios de comunicación y su resultado, ella actúa a la vez como propulsor y como “expropiador” cultural. Por lo cual se puede afirmar que se presentan simultáneamente “Babel” y “Pentecostés” donde se suscitan de por sí otros movimientos planetarios: la solidaridad, entendida no sólo como acción que aparece en los momentos de coyuntura de la humanidad, sino como un modo de ser y de actuar social, dentro de las dinámicas de red - nosotros diríamos - dinámicas de “comunidad.”

A pesar de que la tecnología es un proceso humano, por lo tanto, espacio-temporal, es susceptible de cambios y mutaciones, hay una constante en la red de comunicación: el hombre mismo (35), el sujeto comunicativo que, desde siempre, ha “sido llamado” a la relacionalidad (36), porque la conectividad está en su naturaleza que es “naturaleza dialógica”.

Por lo cual la comunicación no es ciertamente una acción aislada, no es un elemento del que se pueda prescindir. La comunicación es hoy constitutiva de los fundamentos de la sociedad y la cultura, e incluso siendo una realidad de siempre, no fue expresada nunca y experimentada como en este momento, en la cual los elementos tecnológicos (36b) y la realidad “tele” (del griego “tele-“ τηλε- lejos, a lo lejos) hacen parte intrínseca del modelo comunicativo.

- Los cambios culturales y la “inculturación” de la fe (37)

De todo lo anteriormente dicho se deriva una consecuente “inculturación”, (38) con la precisión de encontrarnos con una “nueva cultura” que no tiene fronteras, ni razas, que “no tiene espacio” y “no tiene tiempo”.

El paso cultural, la “inculturación” necesaria en “*esta*” cultura, está caracterizada no sólo por la utilización en diversos espacios y niveles de los medios de comunicación, sino por un (39) pensamiento y una actividad intrínsecamente marcados por la comunicación, que incorpora *ex natura* los medios telemáticos.

Si miramos las nuevas generaciones podemos verificar que para ellos, como hemos descrito precedentemente, los “media” se esconden, son transparentes, se diluyen en su realidad mediática, pero que han dejado su impronta (40) 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, de antiguas generaciones, para los cuales el computador e Internet son elementos útiles para redactar mejor nuestros documentos y mandarlos a todas partes; ni tampoco se les presenta un problema metafísico, moral y existencial, como a nosotros que nos planteamos mil 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, el avión y, 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 la 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, y aplicar medidas de solución. Pero no por esto, a priori, la luz eléctrica es condenada o despreciada, a nadie se le ocurriría apagar todo por los problemas

existentes, sino que, partiendo de la realidad de su existencia y teniendo en cuenta sus bondades, hace falta conocer el fenómeno y normarlo desde su propia realidad intrínseca.

Todos quedamos asombrados de los fenómenos como (41) “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. Esto sólo es posible si (42) los medios son **asumidos en su propia realidad**, tal como son y como se presentan y son vividos en la cultura.

(43) 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 (44) son la ventana e través de la cual se mira el mundo y proporcionan la hermenéutica con la cual interpreta su ser y su vivir. Basta pensar a 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”, pues 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.

#### - El impacto psicológico y moral de la nueva cultura (45)

Podría ser simplista reducir el impacto de estas tecnologías a la pregunta: “¿son buenas o malas?” con la conocida respuesta “en sí, no son ni buenas ni malas, dependerá del uso que se haga de ellas”. Al lo cual debemos decir que, sin invalidar tanto la pregunta como la respuesta, el (46) fenómeno es bastante más complejo, en cuanto a la cantidad y calidad de factores que comprende y a la intensidad con la cual el hombre se involucra.

Nos movemos en un contexto cada vez más complejo, y el profundo carácter de estas realidades las convierte en un desafío porque quedan bajo el gobierno del hombre y de los innumerables matices con que usa su propia libertad.

Es evidente que todo dependerá del uso que se haga de ellas, pero también es evidente que no es aceptable una “condena” o un a “canonización” a priori, especialmente de fenómenos no suficientemente conocidos y analizados. E, incluso, posiblemente, tampoco “a posteriori” podrán ser ni condenados ni canonizados, sino (47) analizados y valorizados en virtud de su relación con la verdad, el amor y su valor comunal.

Por otra parte se habla ya de una hipertrofia informativa. El ciudadano medio

recibe cantidades inmensas de información que en sí misma no acrecienta el conocimiento. El bombardeo es tal, que la superposición de datos se vuelve cada vez menos significativa. Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, la llama la *asfixia comunicacional*. La define como «una sobreabundancia de información que degenera en la supresión de la libertad»

Y es este contexto el que presenta otro desafío: la dependencia que el hombre va teniendo de estos instrumentos. Por una parte es normal que un cambio de esta naturaleza, que realiza una nueva síntesis de la historia y la vida del hombre, ligue a éste en forma notable. Pero por otra parte, la grandeza del ser humano puede trascender cualquier dependencia instrumental. Por eso no debe sorprender que las sociedades de hoy tengan un cierto grado de dependencia de la energía eléctrica, el teléfono, el agua corriente, la computadora, porque son elementos con los que desarrolla sus tareas cotidianas. Lo que no puede admitirse es que los aspectos esenciales de ser persona humana —el amor, el pensamiento, las relaciones humanas, la relación con lo trascendente— queden aprisionadas por estas nuevas tecnologías. En este sentido éstas no dan ni quitan felicidad al hombre, ya que no pertenecen al núcleo central de su vida (48), sino que colaboran en su desarrollo, partiendo de la plataforma personal.

**- Sintetizando este primer punto (49):**

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

- **el primero (50)**, la toma de conciencia y la asunción de la realidad del cambio cultural, con su nueva lógica, sus potencias y sus límites
- **el segundo (51)**, la adopción, en nuestra propia realidad eclesial, de la esencia de esta nueva cultura que es *la comunicaión* que, en definitiva, es profundamente cristiana, no sólo porque la Iglesia nace de un acto comunicativo de Dios, que da la Vida y da la Gracia (52), sino porque la misma Encarnación del Verbo es el acto intrínsecamente comunicativo de Dios que, en la Persona de Jesús, hasta tal punto queda unida la naturaleza humana con la Divina, que lo que se predica de una puede ser afirmada de la otra, la *comunicatio idiomatum*. En Jesús, Dios habla (53), y es este 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 (54)**. 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, entonces debemos aceptar que la realidad antropológica que tenemos (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 deba hacer, sino porque hoy siguen sonando las campanas y los fieles no vienen 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 se debe ir, conocer el hombre que hoy debe recibir el mensaje. Este, el Mensaje, permanece siempre idéntico, 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 somos convocados a “una evangelización nueva. Nueva en su ardor, en sus métodos, en su expresión”. El elemento “cambio”, esencial de la cultura contemporánea, 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 no se resuelven ignorando su existencia o condenándolos *a priori*, sino Evangelizándolos: *Vayan y anuncien!* Esto implica que entrar en la “era digital” 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” (del latín *tradere*: entregar, transmitir) el Mensaje de siempre al hombre de hoy, respondiendo a sus preguntas e iluminando su existencia con un Mensaje, que no sólo es de conocimiento de verdad, sino que es el “abrazo de Amor del Padre”!

Vivir este momento histórico, del nacimiento de una nueva cultura, significa para la Iglesia aceptar el reto de la inculturación, que se realiza en un doble movimiento: asimilar los aspectos positivos de esa cultura purificando los negativos; y aportar a ella la originalidad de su propia riqueza humana y espiritual. Dar y recibir en un intercambio que puede ser muy fecundo, pero sobre todo irrenunciable para quien ha recibido el mandato: *id y predicad*.

“Inculturarse”, “vivir realmente en una cultura” implica este doble movimiento: tomar los elementos buenos que se reciben, aportar los propios, realizar una síntesis original, propia, que ayude a crecer y a desarrollar la misma cultura.

Por tanto, no basta con disponer y usar unos instrumentos, es necesario conocer sus claves, sintetizarlas con las propias y retroalimentar la cultura; en esta forma uno es “hijo y es padre de la cultura”.

La Iglesia se encuentra frente a un nuevo desafío, que debe ser asumido, ya que 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 aquéllas 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.

Así, la “era digital” se convierte en instrumento adecuado para crear lazos, antes insospechados, entre personas, grupos y entidades. Por ello, esta “era digital” es una enorme, sorprendente, oportunidad para la comunión.

## 2- ¿Cuál es la situación actual de América Latina en materia de Digitalización? ¿América Latina está inmersa en la era Digital a pesar de las carencias que vive?

Aquí está el meollo de lo que la mayoría de nosotros se pregunta. Primero, porque los efectos enriquecedores y empobrecedores de los procesos de los que hemos hablado es exponencial. Como se ha dicho frecuentemente, quien esté fuera de esta dinámica, quedará excluido del gran patrimonio de la cultura —y seguramente de la economía— en este tercer milenio. Segundo, porque el mero avance tecnológico no sabe a dónde va. Miles de personas investigan para «mejorar» los programas y las máquinas, pero... ¿qué se entiende por mejorar? ¿Cuál es su horizonte? Sin una correcta antropología, y sin la luz del Evangelio, el desarrollo tecnológico desemboca en el absurdo.

La Iglesia está entrando en el complejo mundo de las nuevas tecnologías, particularmente en Internet de forma decidida y creciente en diversas lenguas. Se perfila como un “Agente de sentido” que ofrece marcos de referencia para la comprensión del mundo. Asimismo realiza una labor de archivo y codificación de la herencia cultural de otras épocas, en estos nuevos formatos. Tantos religiosos —en particular los contemplativos— se entregan una tarea similar a la de los monasterios medievales, reescribiendo documentos centenarios en lenguaje digital. Y ante uno de los mayores desafíos que enfrenta en este momento, empieza a abrirse a los nuevos lenguajes que exige la cultura actual, aprendiendo a transmitir sus contenidos en forma de clips, de imágenes y de música. En este campo queda un largo camino por recorrer, pero se están dando pasos adelante.

Pero en América Latina hay un fenómeno particular que la coloca, en cierta manera, en el centro de la “era digital”: es el hecho de querer construir la realidad uniendo nuestras manos, trabajando en comunión, no como “francotiradores” sino como una “red de personas” que buscan servir al hombre y llevarlos al encuentro con el Señor.

Por este motivo, para responder a la pregunta de la situación de América Latina en la “era digital”, teniendo en cuenta las carencias en las que se encuentra, lo primero que se debe decir es que “estar en la era digital” no tiene su punto de partida en las estructuras tecnológicas y organizativas y, por lo tanto, en la “abundancia de recursos”, sino en el “querer mostrar el Rostro de Jesús”, como El quiso ser reconocido, en el Amor, que implica la comunión que se fundamenta en la comunicación.

Quien conoce a Jesús y lo ama, siente en su interior la “necesidad” (como lo definía San Pablo - I Cor 9, 16) de llevar el Evangelio, ser Misioneros de la Persona de Jesús.

Este es el punto fundamental, porque fue el punto de fuerza que siempre tuvo la Iglesia para poder hacer suya, utilizar y desarrollar, hasta lograr las mejores expresiones, todos los medios – hechos cultura – que en la historia se le han

presentado. Basta pensar el arte, la escritura, la imprenta...

En primer término, estar en la “era digital” no parte de un propósito: “entremos en la era digital”, sino que parte del propósito de conocer y amar a Jesús “Maestro, ¿dónde vives?” (Jn 1,38-39). A partir de este momento surge espontáneamente, como una necesidad intrínseca, el utilizar los vehículos propios de nuestra cultura.

Inmediatamente surge al objeción: “nuestro continente es pobre, nuestros recursos son limitados”.

Y esto es cierto, pero seguramente no es un límite, más aún, tantas veces es nuestra fuerza porque, sabiendo que solos no podemos con esta tarea, nos ayuda a extender las manos y juntos realizar una red comunal de servicios.

En segundo término, nos encontramos en una nueva etapa tecnológica del mundo, que ha sido llamada Web 2.0.

Son muchas las cosas que propone esta “filosofía de la cultura” (porque es mucho más que un programa tecnológico y de trabajo). Propone que la construcción de la red sea realizada por todos aquellos que participan en ella (en lenguaje técnico sería que los contenidos sean elaborados por los usuarios) en donde el rol de las instituciones y organizaciones es el de brindar una plataforma para que los que “están presentes” puedan ofrecer lo que tienen.

En esta nueva etapa del mundo, con Web 2.0, podemos decir que en el contexto de América Latina no nos llega como una novedad absoluta, como una realidad toda a descubrir, porque en realidad lo que la Iglesia siempre ha querido promover es la subsidiariedad para que los servicios puedan ser brindados por aquellos que tengan la oportunidad de brindarlo en favor de los que lo necesitan.

Por esto podríamos decir que, en principio, la Iglesia está esencialmente dentro de la era digital, lo que debe ir ajustando, precisando e incrementando es su realización práctica, de manera que lo que se tiene por esencia también se realice en su actividad.

En este sentido es indispensable trabajar a dos puntas fundamentales: el nivel del pensamiento y el nivel del trabajo práctico.

El nivel de pensamiento implica poder involucrar los sectores de los pensadores y los creadores de pensamiento, como universidades, institutos, seminarios, etc. de manera que el trabajo en la era digital no quede reducido a un conjunto de “conceptos prácticos”, “recetas de uso”, es decir, tecnología entendida simplemente como “instalar computadoras”. Necesitamos entrar en el nivel filosófico, teológico, psicológico, sociológico, etc. de manera que los trabajos y proyectos surgan de una realidad profunda, conocida y estudiada, que exige ser actuada en un plano práctico.

El nivel práctico que implica el diseño de soluciones tecnológicas para las propias realidades pastorales a servir, pues estando en una era tecnológica no podemos quedarnos en un plano teórico sin una actuación práctica que pueda llegar a hasta los últimos confines del orbe, independientemente de las tecnologías concretas que cada lugar pueda poseer.

### 3- ¿Cómo aprovechar al máximo las herramientas Digitales en bien de la Misión a la que nos llama la V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano?

La misión que Jesucristo encomienda a su Iglesia en cada momento histórico es la de comunicar el Evangelio a las personas concretas, hombres, mujeres y niños de su tiempo, de modo que lo puedan comprender y abrirse a Dios.

La Iglesia ha encontrado a lo largo de las generaciones los distintos lenguajes y modos de expresión comprendidas por las personas de cada cultura, en las categorías que les fueran familiares.

Por eso hoy, si queremos realizar una verdadera MISIÓN continental, no podemos permitirnos continuar expresándonos en categorías familiares a la generación anterior. No podemos instalarnos en formas de pensamiento y exposición que pocos comprenden, y luego sentirnos dolidos porque el mensaje llega poco.

Recordemos las repetidas convocatorias pontificias a entrar en el mundo mediático en sus categorías; la documentación magisterial en materia de comunicación es ingente, ya desde el Concilio. Especial insistencia ha venido por parte del Papa Juan Pablo II para estar presentes y llevar el Evangelio a la llamada “era digital” o “sociedad de la información” para darle sentido.

“La Iglesia de América Latina ha sido capaz de poner en pie, con ayuda de Dios, un importante conjunto de medios católicos (miles de publicaciones en papel, una tupida red de emisoras de radio, numerosas productoras y canales de televisión, la RIIAL, multitud de páginas web); pero ello se expresa poco en nuestro horizonte y documentos de pastores; no contemplamos la “mediósfera” como un esencial espacio para el encuentro con las personas concretas a quienes debemos comunicar la Buena Nueva, ni parece conducirnos a un replanteamiento formativo irrenunciable para nuestros sacerdotes, agentes de pastoral, religiosos y religiosas, etc.” (Mons. Foley) En definitiva, el problema de fondo es comprender que la “era digital”, que la “era comunicacional”, la “realidad telemática” no es un problema de “medios”, de “instrumentos” sino una “realidad cultural”.

Como hemos dicho hasta el momento, lo que ha cambiado es la cultura! No es simplemente el hecho de haber incorporado instrumentos mas eficientes, rápidos y “omnipresentes”, lo que ha cambiado es la cultura, que se ha realizado en torno y con la lógica, por llamarla de alguna manera, “digital”

La Iglesia ha traspasado muchas fronteras a lo largo de su historia; fronteras que parecían inexpugnables. La cultura digital es ahora sólo la última de ellas, y ha de encontrarnos capacitados y valientes para poner en ella, pensando especialmente en jóvenes y niños, el rostro del Señor Resucitado que da sentido a toda forma cultural.

Por esto, la mejor manera de utilizar las herramientas digitales al servicio de la Gran Misión continental es renovar una y otra vez lo que hemos llamado “ecuación necesidad-servicio”. Esto se refiere a una filosofía de trabajo que tiene

como principio el diseño de los trabajos y servicios no a partir de los “a priori” de quien desea ofrecer el servicio, sino “a posteriori” del análisis de las realidades concretas de las personas a las que se debe servir. Esta es una clave para lograr el suceso de un proyecto, porque sabemos que lo que se producirá será utilizado por aquellos a los que está dirigido.

Las herramientas digitales hoy en día son tantas, y son cambiantes, y serán más y cambiarán más. Lo importante es poder desarrollar un juicio crítico en la elección y utilización de las herramientas, así como la dinamicidad en el cambio, para poder ajustarse, sobre todo, a la necesidad del usuario que, inevitablemente, cambia con el cambio cultural que va presentando de diversas maneras y con diversas necesidades y lógicas de conocimiento, interpretación y comprensión de los contenidos.

#### **4- ¿Cómo podemos actuar como miembros de la RIIAL en favor de la Era Digital Latinoamericana Misionera?**

Todo aquél que sienta interés por sus contemporáneos estará atento al desarrollo de los acontecimientos a su alrededor y detectará el vertiginoso desarrollo de la cultura y la sociedad de hoy. A quienes asistimos a la gestación de una nueva fase histórica, marcada por la tecnología de la comunicación, no nos es permitido abandonarnos a la inercia, cómodos y adaptados a un mundo que ya pasó. Es necesario mirar con amplios horizontes, detectar la trayectoria del proceso y contribuir a humanizarlo, procurando inclinarlo a favor de la persona, de cada persona que puebla hoy el planeta.

Por este motivo, y partiendo de la definición de RIIAL, como “una cultura en la utilización de los medios telemáticos al servicio de la Evangelización y la comunión”, es que en la RIIAL hemos intentado describir una iniciativa que busca formar hombres y mujeres creativos, capacitados para un mundo en transformación, flexibles y conscientes del momento histórico en que viven. Su formación les debe permitir, además, superadas las rigideces del individualismo y de la competitividad a toda costa, formar equipos inteligentes que propongan soluciones a los acuciantes problemas de nuestro tiempo.

“Internet es el tejido de nuestras vidas. (...) Constituye actualmente la base tecnológica de la forma organizativa que caracteriza a la era de la información: la red.” Internet es mucho más que el soporte tecnológico sobre el cual se construyen las relaciones interpersonales y comerciales de nuestro tiempo. Es una gran metáfora generadora de sentido. En ella se dan algunas características que vale la pena recordar porque orientan positivamente la acción. Manuel Castells señala algunas de ellas: Internet es una red de redes, y las redes son formas de organización social y cultural extraordinariamente flexibles y adaptables, lo cual facilita la supervivencia de sus miembros y de la propia estructura en un mundo tan cambiante, de forma mucho más eficiente que las empresas verticales y las burocracias centralizadas. Internet, además, ha vencido espontáneamente el desafío de la compatibilidad entre los nodos. La meritocracia y la apertura que han caracterizado el crecimiento de Internet será estudiado, seguramente, como un ejemplo de extraordinario valor social en el futuro. Así pues, Internet es comparable a una nave espacial que conduce a la sociedad hacia nuevas galaxias históricas, hacia modos nuevos de interacción y comprensión del mundo. Pero esta aceleración en el tiempo no necesariamente está a la par con una capacidad personal y social de asumir tales cambios; para que ese ser humano, esa sociedad, no se quiebren ante los nuevos desafíos que ellos mismos crean, es necesaria la formación que les capacite para ello.

Autores como Pierre Lévy como Derrick De Kerckhove han proporcionado amplias reflexiones sobre la “conectividad” del pensamiento, característica esencial

de la era digital. Lévy se expresa en estos términos: «La informática de la comunicación se presentaría como la infraestructura técnica del cerebro colectivo o de la hipercorteza de las comunidades vivientes. El papel de la informática y de las técnicas de comunicación con base digital no consistiría en “reemplazar al hombre”, ni en acercarse a una hipotética “inteligencia artificial”, sino en favorecer la construcción de colectivos inteligentes en los cuales las potencialidades sociales y cognitivas de cada uno puedan desarrollarse y ampliarse recíprocamente. Según este enfoque, el mayor proyecto arquitectónico del siglo XXI consistirá en imaginar, construir y sistematizar el ámbito interactivo y mudable del ciberespacio.» Por su parte, De Kerckhove afirma que «Internet nos da acceso a un ambiente vivo, casi orgánico, de millones de inteligencias humanas en perpetua actividad sobre todo y sobre nada, quizá pertinente para todos y cada uno. Esta es una nueva condición cognitiva que llamo la “webitud”».

Así pues, la RIIAL no desea alimentar el “mercado de profesionales individualistas” que ignoran las necesidades de la sociedad, de la Iglesia y del hombre, como tampoco de sus colegas y compañeros en el trabajo de la Evangelización en la “Era Digital” y la “Gram Misión Continental”, para brillar solitarios como estrellas fugaces. Desea, en cambio, formar y unir personas capaces de trabajar en equipo, suscitar grupos inteligentes y corresponsables, de animar redes de conocimiento que saquen partido de las potencialidades de todos los miembros de un equipo.

La “cultura RIIAL” propone un saber interdisciplinario, que no es el saber “enciclopédico”, saber un poquito de todo, que lleva a creer que se sabe todo de todo y, entonces, uno puede hablar de todo, opinar de todo y juzgarlo todo. El saber interdisciplinar permite conocer el eje esencial de las otras disciplinas lo cual permite reconocerlas como existentes, validas y con un legítimo y propio estatuto epistemológico y que, por tanto, marca los límites del propio conocimiento y la necesidad absoluta del otro. Sólo el que verdaderamente ‘sabe’ puede exclamar “sólo sé que no sé nada” (Sócrates) y, teniendo esta conciencia, busca unirse con el saber y el hacer de los demás – sincrónica y diacrónicamente, en el espacio y en la historia – para poder verdaderamente construir. En fin, este saber es esencialmente respetuoso de la “opinión contraria” porque siempre está en busca de la verdad, y por esto es capaz de diálogo siendo intrínsecamente capaz de una “diplomacia constructora de paz”.

Nuestra “cultura RIIAL” también se propone que se aproveche del mejor modo posible toda la cultura anterior. Los verdaderos innovadores conocen y valoran la historia que les ha precedido y hecho existir. La complejidad del momento actual tiene una matriz histórica que es necesario apreciar, precisamente para orientarse mejor en el abigarrado horizonte que deben enfrentar en el futuro.

Aspectos de la formación humana como la comunicación interpersonal, el entrenamiento para la solución de conflictos, la toma de decisiones, el liderazgo y

hasta la sensibilización artística y musical, integran la armonía de esta formación en el “modo de ser en red comunal”.

### **Cómo podemos actuar como miembros de la RIAL**

Teniendo en cuenta la centralidad de la comunicación en la cultura contemporánea, que podríamos definir como una “cultura comunicacional”, el aspecto más urgente del que, a mi entender, la Iglesia tiene necesidad, es el de comprender “qué significa” y “qué implica” ser y estar en esta cultura, con las consecuencias que de ello derivan, y que van desde el plano práctico de la aplicación y la pastoral, a los fundamentos metafísicos, antropológicos y teológicos que esta realidad conlleva.

Es necesario profundizar hasta qué punto el “comunicar” no sólo es un fenómeno de los medios de comunicación de masas, sino que, inscrito en la esencia del hombre, alcanza niveles extraordinarios en los actuales medios de comunicación y que, por lo tanto, la “comunicación” no puede ser reducida a un fenómeno tecnológico, organizativo o, en el mejor de los casos, en “instrucciones para el uso”, de tipo pastoral y moral.

Mirando los curriculum de estudio de seminarios y universidades católicas se puede ver, en forma general, una ausencia tanto de estudios de comunicación en sus fundamentos metafísicos, antropológicos y teológicos, como también el necesario nexo de las diversas disciplinas del saber para lograr la deseada inculturación del Evangelio en esta “cultura comunicacional”. Por lo tanto, se presenta como desafío para la RIAL el poder sembrar la inquietud de la nueva cultura, como vista en precedencia, en los ámbitos intelectuales, las universidades y seminarios, para la formación de los nuevos pastores y profesionales en clave de “Nueva evangelización y Misión” y “Era Digital”

La carencia de esta nueva concepción cultural da como resultado la consecuente “arritmia cultural” tanto del clero como de los profesionales formados en el seno de la Iglesia y, por ello, tanto clero como laicos, si no tienen un interés personal en la problemática cultural, quedan fuera de flujo de la cultura, haciendo mucho más dificultosa y lejana la predicación del Kerigma, y la participación en la construcción misma de la cultura.

Entiendo que hoy es necesario no sólo intensificar la presencia o realizar “nuevos proyectos”, sino *entender la realidad*, comprender, o al menos intentar comprender, los nuevos fenómenos comunicativos. A mi modo de ver no tenemos aún los suficientes instrumentos hermenéuticos para interpretar el complejo fenómeno comunicacional de la cultura contemporánea. Esto nos pone en una seria dificultad al momento de iluminar la realidad, proponer una actividad pastoral e incluso crear nuestra propia presencia en el ámbito mediático, y nos exigen un paso adelante, serio y deliberado, para implementar esos nuevos elementos de comprensión.

Los problemas relacionados con la "virtualidad", contrapuestos a la "realidad real", no sólo nacen desde y a partir de los modernos medios de comunicación, sino que muchos de los aspectos de la "era digital" que hoy acusamos son realidades tan antiguas como el hombre mismo, pero que hoy aparecen potenciadas y difundidas de una manera extraordinaria, nueva, global, y pluridimensional. Por eso es importante comprender y saber cuáles son, en la cultura contemporánea, los elementos de novedad que se nos presentan, para poder comprender su dinámica interna, usar los elementos positivos que nos ofrecen, y redimir los efectos negativos.