

El sacerdote y las redes sociales. Oportunidades, riesgos y desafíos

Jorge Enrique Mújica

Consultor en ética de las comunicaciones sociales en Catholic.net y editor-jefe de redacción del semanario Análisis y Actualidad.

Portales en internet

LA PRESENCIA DEL SACERDOTE CATÓLICO EN INTERNET ES UN HECHO. Ciertamente, en el mundo de los medios de comunicación en general, el apostolado que de manera incisiva y con espíritu de servicio impulsan no pocos ministros ordenados no se limita exclusivamente al campo concreto de la comunicación digital. Cómo no pensar en todos aquellos que, incluso desde hace más tiempo, han prolongado su ministerio a medios tradicionales como la radio, la televisión, la prensa impresa o incluso el cine; cómo no considerar a los que de un modo oculto, pero no menos importante, transmiten conocimientos en áreas afines a la comunicación social en universidades, ateneos y otras instituciones académicas; cómo no pensar, en aquellos que brindan lo mejor de sí mismos en el dicasterio pontificio dedicado a esta realidad o en los que trabajan en las oficinas a nivel Conferencias Episcopales o a nivel diocesano; no son pocos, en fin, los párrocos que se han valido de estas herramientas digitales para publicitar eventos del propio santuario o parroquia, para convocar a sus fieles o crear grupos parroquiales o de movimientos apostólicos que hacen más viva y dinámica su fecunda labor.

El ministerio pastoral en internet que en muchas partes del mundo ofrecen tantos presbíteros, se enmarca en el contexto más amplio de la misión que les es propia: llevar la Palabra de Dios, hacer sentir Su presencia a todas las almas y en todos los lugares posibles: evangelizar. El cristiano en general es un comunicador por vocación. Y si esto se aplica para cualquier bautizado, cuánto más para el sacerdote.

El rápido desarrollo de internet ha permitido que tantos clérigos tengan otra tribuna de evangelización que, si bien no sustituye al púlpito, sí les ofrece la oportunidad de prolongarlo.

En los últimos años hemos conocido numerosísimas iniciativas auténticamente católicas¹ que han aprovechado la plataforma que internet supone

¹ Es significativo que casi al unísono con el inicio y desarrollo de internet hayan nacido y se hayan desarrollado portales católicos como el institucional del Vaticano (1995) o el de

para llevar la fe a más almas y también para fortalecer y estar cerca de los que de suyo ya creían. Este fenómeno, en el que ya desde el comienzo se interesaron e involucraron sanamente no pocos eclesiásticos, ha hecho reflexionar a la Iglesia². Fruto de esa reflexión son los ricos y matizados documentos que han ido saliendo³ y las constantes invitaciones de Papas⁴ y obispos para valerse adecuadamente de esos medios⁵.

Catholic.net (1995). Poco tiempo después aparecieron agencias católicas líderes como ZENIT (1997) y la Agencia Católica Internacional (acá prensa). Más recientemente han ido surgiendo portales de red social auspiciados por la Iglesia católica: www.Pope2You.net, www.youtube.com/vatican, www.Xt3.com e www.intermiriica.net, inclusive un *blog* oficial de la Santa Sede en la plataforma *blogger* y un perfil de *twitter*.

² El interés de la Iglesia por los medios no se remonta a hace poco tiempo. Desde hace seis siglos la Iglesia viene favoreciendo la difusión de los textos Sagrados y la reproducción de las obras clásicas más importantes. Lo ha hecho a través de los amanuenses de monasterios benedictinos, la impresión, desde 1464, de los primeros libros en Italia y la participación en la divulgación de las ideas y pensamiento que ayuden al hombre.

³ El pensamiento más reciente de la Iglesia sobre los medios de comunicación está contenido en los documentos *Inter mirifica* (1963), *Communio et progressio* (1971) y *Aetatis novae* (1992), además de los mensajes anuales con motivos de las jornadas mundiales de las comunicaciones sociales. Bajo el Pontificado de Pablo VI, el documento más importante y completo fue el decreto conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de comunicación social. En el decreto se tratan “las principales cuestiones relacionadas con los medios de comunicación social además de los métodos de aprovechamientos de los mismos de cara a la salvación de los fieles cristianos y al progreso de todo el género humano” (Cfr. *Inter Mirifica*, no. 2). En 1971 la “Pontificia Comisión” ofrece su primer trabajo: la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*, sobre los medios de comunicación social; un decreto preparado por mandato especial del Concilio Ecuménico Vaticano II que constituiría la materia más acabada que en este campo ofrecía la Iglesia. En el vigésimo aniversario de la *Communio et Progressio*, Juan Pablo II aprobó la Instrucción Pastoral *Aetatis Novae* sobre las comunicaciones sociales. En ella se abordan los nuevos contextos culturales, sociales, políticos y económicos, las tareas de las comunicaciones, los nuevos retos, las prioridades pastorales y medios de respuesta y la necesidad de una planificación pastoral. Desde entonces para acá se ha sucedido documentos de enorme valor: *Ética en la publicidad* (del 22 de febrero de 1997), *Ética en las comunicaciones sociales* (2 de junio de 2000), *Ética en Internet* (28 de febrero de 2002), *La Iglesia en Internet* (28 de febrero de 2002) y la Carta Apostólica de Juan Pablo II *El rápido desarrollo de los medios de comunicación social*, del 24 de enero de 2005.

⁴ El primer Pontífice en valerse del invento “marconiano” de la televisión para enviar un saludo al orbe católico en 1927 fue Pío XI, el mismo que en 1936 regaló al episcopado estadounidense, y con él al mundo entero, la hermosa Carta Encíclica *Vigilanti Cura* dedicada, nada menos, a la importancia, poder, popularidad e impacto del cine, además de trazar líneas morales sobre la misma producción cinematográfica. Retomando el mismo argumento, Pío XII escribió en 1955 una Exhortación Apostólica a los representantes del

La creciente presencia de tantos católicos en internet ha hecho ver que, por así decir, también es necesaria la figura de un “capellán digital”⁶. No se trata de una “capellanía” cualquiera ni de una función que se pueda prestar sin más recursos que el buen deseo de hacerlo: es preciso conocer las posibilidades, tener muy presentes los riesgos del mundo digital y no olvidar los retos que, como puentes entre los hombres y Dios, les son específicos a los sacerdotes.

I. Oportunidades

Con la llegada de la *web 2.0*, las redes sociales han ofrecido una ulterior ayuda a la misión evangelizadora de la Iglesia. Hasta hace poco tiempo, internet estaba relacionado con la consulta de portales para obtener información. Pero ahora es distinto: internet ya no es sólo un “lugar” de consulta, un conglomerado de sitios que subsisten como islas en medio de un gran océano; ahora los portales están correlacionados en red: las islas se han ido convirtiendo en continentes que han desplegado “puentes” a otros conti-

mundo cinematográfico en un bellissimo texto que desborda en conocimiento y recuerda, nuevamente, la importancia e ideales a los que debe tender todo filme. Pero no fue el único documento del Papa Pío XII. El 8 de septiembre de 1957 se dedicaba otra Encíclica, la *Miranda Prorsus*, al cine, la radio y la televisión. Al año siguiente, el 21 de agosto, el mismo Pontífice declaraba patrona de la televisión a santa Clara. Juan XXIII no se privó de orientar a la Iglesia en el uso ético y moral de los medios de comunicación, así que con el *Motu Proprio Boni Pastoris* constituyó la “Comisión Pontificia de Cine, Radio y Televisión” a cuyo cargo estarían examinar los diversos asuntos que a esas áreas se refieren, ayudar a su progreso y dirigir su actividad según las prescripciones y normas de la Encíclica *Miranda Prorsus*. El 2 de abril de 1964 Pablo VI cambiaría el nombre a la institución establecida por Juan XXIII (ahora “Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales”), dándole carácter de “perpetuidad” y ampliando sus tareas: le confiará “los problemas relativos a la radio, a la televisión y a la prensa diaria y periódica” (Cfr. *In Fructibus Multis*, no. 8) y la puesta en práctica de las resoluciones del Concilio.

⁵ Véase, por ejemplo, el número 26 de *Ética en las comunicaciones Sociales* (Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, 2 de junio de 2000); el 34 de *Para una Pastoral de la Cultura* (Pontificio Consejo para la Cultura, 23 de mayo de 1999); el 68 de la *Ratio Fundamentalis Institutionis Sacerdotalis* (Congregación para la Educación Católica, 19 de marzo de 1985); el 108 y 111 de la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio* (Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, 18 de mayo de 1971); entre otros.

⁶ En el mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2010, el Papa habla de “animadores de comunidades”.

mentes. *Blogs*⁷, sistema *wiki*⁸, *podcast*, sitios de simulación y otros programas de interacción son los cauces concretos de este proceso de evolución, formas de presencia que permiten la participación y difusión de contenidos textuales, de imágenes y videos producidos por los usuarios⁹.

La transformación de los portales de consulta a *website* que permiten la aportación es lo que ha tenido a llamarse *web 2.0*.

El término *web 2.0*¹⁰ fue acuñado en 2004 para subrayar la diferencia técnica respecto a la así llamada *web 2.1* que predominó antes¹¹.

¿Cuál es la diferencia? “el cambio en las herramientas de programación y las tecnologías utilizadas, incluyendo, por supuesto, el ancho de banda y por tanto la velocidad en el tráfico, y la mejora de los equipos informáticos

⁷ Como escribe Antonio Spadaro, “De por sí, el término *blog* no significa nada. Es fruto de la contracción de las palabras inglesas *web* y *log*: *web*, que significa “para la Red misma”, y *log* que significa diario”, de ahí que él lo defina como “espacio virtual, autónomamente gestionado, que consiente publicar una especie de diario personal o, más en general, contenidos de cualquier tipo que aparecen en orden cronológico, del más reciente hasta el más antiguo, y son conservador en un archivo que se puede consultar siempre” (Cf. *Il fenomeno blog*, La Civiltà Cattolica I (2005), 234-247. La traducción es mía.

⁸ El término *wiki* deriva de *wiki, wiki*, una expresión hawaiana que significa “rápido”, “muy veloz”. El inventor del *wiki*, el estadounidense Ward Cunningham, para dar nombre a su idea, en 1995, se inspiró en el nombre de los autobuses del aeropuerto de Honolulu (*wiki wiki bus*). ¿Pero qué es? “Ahora el lector imagine navegar en la Red y de tener necesidad de ingresar en una enciclopedia “abierta”, en la cual, en todo momento, personas interesadas (también sus usuarios) agregan voces, explicaciones, documentos, enlaces, y cuyos contenidos pueden ser libremente distribuidos o traducidos sin vínculo de derecho de autor” (Cf. A. Spadaro, *Wiki. Utopie e limiti di una forma de “intelligenza collettiva”*, La Civiltà Cattolica III (2005), 130-138. La traducción es mía). El *wiki* más importante de la *web* es la famosa enciclopedia wikipedia, fundada en 2001. Según ella, el *wiki* es “un sitio *web* que permite a los usuarios agregar contenidos, como en un foro, pero también modificar los contenidos ya existentes”.

⁹ Precedentemente habíamos tratado estos temas en J.E. Mújica, *Orígenes, desarrollo y perspectivas éticas de internet*, Ecclesia 1 (2008), 73-88.

¹⁰ Para profundizar en este concepto también es recomendable T. O'Reilly, *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, en www.xyz.reply.it/web20/ y A. Spadaro, *Web 2.0: Internet come “rete sociale”*, La Civiltà Cattolica IV (2007), 111-124.

¹¹ Como repaso sobre *blogs, wikis, redes sociales, podcast, publicidad 2.0, etc.*, el libro de Alejandro Suárez Sánchez Ocaña, *La web 2.0... y la madre que la parió*, es una guía eficaz, incluso para el uso de la *web 2.0* (aplicaciones y utilidades). Se puede encontrar en www.bubok.com. Es en esa obra donde se define a la *web 2.0* como “la web social y participativa, donde el control está en manos del usuario, en lugar de los medios tradicionales, que nos tenían acostumbrados a la fórmula emisor-receptor”.

[...] Antes, el internauta era un mero receptor de contenidos, ahora es un usuario que interactúa¹². El éxito de las redes sociales, en definitiva, radica en que la publicación supone la colaboración.

Es verdad, el cambio de fondo no reside en el nivel tecnológico cuanto en su uso: las redes sociales han venido a concentrar las herramientas que antes estaban dispersas: desde el correo electrónico, pasando por los *blogs*, los *podcast*¹³, el *chat*, los mensajes *SMS*, hasta la oportunidad de compartir videos e imágenes fácilmente.

Una red social es un portal de internet que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de los límites de la plataforma que ofrece el servicio¹⁴; “Está constituida por un grupo de personas ligadas, en general, por intereses comunes, abierta a compartir pensamientos, pero también pedazos de la propia vida: desde enlaces a sitios que consideran interesantes hasta las fotografías o los propios videos personales [...] Los *social network* están compuestos por personas comunes, no por

¹² Cf. A.A. Gutiérrez, *La web 2.0 transforma al receptor en usuario activo*, acepresa 112 (2006). Cada vez se habla y escribe más acerca de la *web 3.0* como una evolución más del proceso de crecimiento de internet. ¿Qué implica? Básicamente, la transformación de la red en una base de datos abierta de modo que tecnologías de “inteligencia” artificial puedan usar datos semánticos (valoraciones e interpretación de datos y de sus combinaciones, desde un punto de vista sincrónico o diacrónico) al grado que se pueda llegar, por ejemplo, a predecir qué tipo de canciones tendrán éxito, valiéndose de la información de *webs* musicales, a elegir un vino contando datos sobre qué tipo de alimentos maridan mejor según la cosecha y procedencia geográfica de la uva, o lograr una conexión a internet desde cualquier aparato electrodoméstico. Muchos ven en la *web 3.0* una extensión de los mundos virtuales como *Second Life* o *There.com* y, ciertamente, no está exenta de planteamientos éticos tocantes, sobre todo, a la propiedad intelectual y al control de los contenidos que circularían.

¹³ “El *podcasting* es un sistema capaz de publicar documentos sonoros en internet de modo que sea posible descargarlos sobre la propia computadora automáticamente a través de programas o sitios de internet, los cuales permiten “abonarse” a esas “transmisiones”. Cuando el usuario encuentra un *podcast* que le interesa, de hecho, puede enviar su inscripción y así ser habilitado para descargar, también de forma automática, todas las nuevas transmisiones en el momento en que vienen puestas a disposición. [...] es algo parecido a una forma de transmisión radiofónica donde, sin embargo, el que escucha puede crear la propio programación personal, decidiendo libremente también los lugares y tiempo para escucharlos” (Cf. *Podcasting. Un nuovo spazio religioso?*, La Civiltà Cattolica IV (2005), 267. La traducción es mía.

¹⁴ Las plataformas se valen también de celulares, cámaras fotográficas, videocámaras y registradores digitales de sonido, lo que facilita la participación y difusión de contenidos multimedia producidos por los mismos usuarios.

técnicos o expertos, que distribuyen contenidos relacionados a sus propios intereses o a la propia existencia¹⁵“.

Actualmente hay una gran diversidad¹⁶ de redes sociales con características propias según las diferentes posibilidades tecnológicas e intereses de los usuarios¹⁷. En esencia, implican un perfil más o menos visible¹⁸ donde se ofrece la identidad de la persona (con una o varias fotografías), normalmente en base a un cuestionario previo de la misma plataforma que ofrece el servicio. No es sólo texto el que se puede “cargar¹⁹“. Las fotografías, noticias, archivos de música y videos personales forman parte estructural de las también llamadas *social network*.

En el contexto del año sacerdotal, Benedicto XVI dedicó el mensaje para la XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales al tema “El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra”. Ya el título, eminentemente positivo, indica el lugar singular donde el trabajo propio del presbítero también se puede ejercer y desarrollar. El mensaje pontificio despierta el interés para los que aún no han podido valerse de estas herramientas, a la vez que estimula, anima y confirma a todos aquellos que ya venían extendiendo su sacerdocio a esta realidad.

¿Qué oportunidades ofrece la *world wibe web* a los sacerdotes²⁰?

¹⁵ Cf. A. Spadaro, *Web 2.0: Internet come “rete sociale”*, La Civiltà Cattolica IV (2007), 112.

¹⁶ En *wikipedia* hay una amplia lista clasificada de algunas de las muchas redes sociales existentes (Cf. http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Redes_sociales_en_Internet).

¹⁷ Estos intereses también pueden verse desde la perspectiva del que ofrece el servicio: a quiénes quiere llegar (profesionistas, estudiantes, empleados, empresarios, etc.) y de qué grupo lingüístico, por ejemplo. En esta gran variedad y concreción de redes, no deja de sorprender la existencia de algunas *sui generis* (por ejemplo *Dogster* y *Catster*, dedicadas a perros y gatos, donde el propietario del animal es quien, obviamente, tiene que gestionar el perfil de la mascota).

¹⁸ Plataformas como *MySpace* permiten elegir a sus usuarios si desean que su perfil sea público sólo para sus amigos. *MySpace* es un lugar de encuentro en el que caben *blogs*, videos, música, anuncios varios, etc. En *Facebook*, por el contrario, la misma dinámica del portal permite que todos los demás usuarios puedan ver los perfiles de los otros. Una de las características más propias de *Facebook* es la posibilidad para que los mismos usuarios construyan nuevas aplicaciones a favor de una mayor personalización del perfil y de una gama más amplia de posibilidades respecto al modo de relacionarse con otras personas.

¹⁹ El vocablo “cargar” hace referencia a la acción de incluir nuevos materiales dentro del propio perfil (videos, fotografías, texto, etcétera).

²⁰ De una manera más sucinta, Benedicto XVI enunció algunos beneficios de las redes sociales en *Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad*, Mensaje para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Socia-

A. Evangelización y catequesis

“La tarea primaria del sacerdote es la de anunciar a Cristo, la Palabra de Dios hecha carne, y comunicar la multiforme gracia divina que nos salva mediante los Sacramentos²¹“. Anunciar a Cristo es Evangelizar. Y esa evangelización a veces toma el nombre de apologética, de catequesis, de escuela de la fe, etc.

La llegada de las redes sociales ha venido a ser una ulterior ayuda de importantísimo valor para una brillante comunicación del Mensaje; útiles herramientas abiertas al propio ingenio y capacidad creativa. Pensemos, por ejemplo, en aquellos videos, imágenes o grabaciones que quizá se han podido observar o escuchar gracias a las diferentes plataformas de *social network* actualmente existentes. Pensemos en el impacto que la comunicación audiovisual tiene y en el poder evangelizador al servicio de la Iglesia. O pensemos también en el alcance potencial de *blogs*, foros y *chats*, aprovechados, bien para poder enriquecer y confirmar en la fe, bien para darla a conocer a miles de personas²². El generar contenidos al servicio de la evangelización es la principal oportunidad y por la cual ya de por sí las redes sociales se nos presenta como una ocasión valiosísima que no se puede desaprovechar.

B. Fortalecimiento de las relaciones interpersonales

Benedicto XVI decía en el mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2009 que “el concepto de amistad ha tenido un nuevo auge en el vocabulario de las redes sociales digitales que han surgido en los últimos años”.

Con las redes sociales se prolonga el encuentro de amistad real, se pueden recuperar amistades de la infancia y también entablar, efectivamente, nuevas relaciones, muy encima de culturas, lenguas y distancias. En este sentido, al sacerdote se le presenta la ocasión tanto para mantener y fortalecer las relaciones de fraternidad entre él y sus feligreses (incluso entre los

les, 24 de enero de 2009: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 31 de enero de 2010, p. 3).

²¹ Benedicto XVI, *El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra*. Mensaje para la XLIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2010: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 29 de enero de 2010, p. 3).

²² O también se puede pensar en el potencial que como medios para la promoción vocacional pueden tener las redes sociales en particular e internet en general.

mismos feligreses o entre él y otros presbíteros), como para salir al encuentro de los que no pueden, no quieren o temerían hacerlo de modo personal, aun no siendo de la misma parroquia.

En una entrevista, la profesora Sor María Antonia Chinello²³, enseñante en la Universidad Auxilium, en Roma, declaraba: “Está probado que en la red es un poco más fácil compartir dificultades, esperanzas, temores, hablar de temas de los cuales quizá daría pena cara a cara, porque se temen las reacciones inmediatas en el otro”.

También podemos pensar en aquellos fieles que han tenido que migrar a otros lugares y quieren seguir teniendo relación con la parroquia de origen; o, en el caso de un sacerdote al que su obispo cambia de residencia, qué beneficioso podría ser mantener la comunicación de amistad con los fieles de la parroquia en la que les sirvió.

C. Rapidez, eficacia y bajo costo

Poder estar comunicado, y además de un modo inmediato, efectivo y gratuito son rasgos característicos de las redes sociales que se aprecian tanto.

En el pasado, cuánto tiempo, gastos y fatigas llegaba a costar la idea, facturación y distribución de una sencilla hoja parroquial, de un cartelón o de una manta de propaganda que, si bien iba, llegaba a algunos fieles. Ni pensar en la producción de un video para televisión o de un *spot* para radio: los precios se disparaban. Pero ahora es distinto: con pocos medios se logran alcanzar grandes frutos. Ahora la producción de material audiovisual llega al instante a quienes incluso no imaginamos que pudiera llegar (gracias al *videosharing*²⁴, a los *podcast*, a los *blogs*, etc.).

Es iluminador cómo muchos están llevando al mundo digital el testimonio de su fe católica²⁵, ya de forma institucional, a nombre de una pa-

²³ Cf. *Vantaggi e pericoli delle amicizie nel cyberspazio*, agencia ZENIT, boletín telemático en lengua italiana, 14 de mayo de 2009. La traducción es mía.

²⁴ Se trata del uso de videos en plataformas digitales, mayoritariamente gratuitas. *YouTube* es la insignia, si bien no es la única red social de videos (hemos ahondado más en este tema en J.E. Mújica, *La religión en tiempo de las redes sociales. Historia, oportunidades y retos*, Ecclesia Revista de cultura católica I (2010).

²⁵ Es verdad que la proliferación de iniciativas que se denominan católicas en las redes sociales también plantea una problemática. Salvando el derecho que tiene toda persona a estar presente en ellas, suele ocurrir que se promueven bajo la denominación “católica” aplicaciones o grupos que impulsan formas de devoción, posturas ideológicas e incluso interpretacio-

roquia o grupo eclesial, ya de modo personal. Y en buena medida gracias a la sencillez, bajo o nulo costo y agilidad de resultados. En otra época esto sería realmente impensable. Desgraciadamente los riesgos, con particularidades muy propias para el sacerdote, son, cuando menos, puntos que un alma consagrada a Dios no debe minusvalorar.

II. Peligros

A. Olvidarse del Mensaje

La misión del sacerdote es transmitir a Dios, no a sí mismo. El presbítero es puente entre las almas y Dios, no el fin del puente. Éste es el principio más importante.

Quizá este posible escollo sea “el riesgo”. Resulta comprensible que quien se olvida de esta gran responsabilidad pueda ser más propenso a perder no sólo el sentido apostólico del uso de los medios de comunicación sino incluso el de su misma identidad sacerdotal.

La evangelización y la labor pastoral en los medios de comunicación requieren “muchísima humildad, mucha, y el protagonismo está en contraste con esta ley fundamental²⁶”.

B. Los naufragios, pérdida de tiempo, castidad y dependencia

Perder de vista el Mensaje conlleva a navegar sin rumbo, alimentar una dependencia poco sana y a perder, en el menor de los casos, sólo el tiempo: “Al final, lo que iba a ser una navegación de pocos minutos y para un simple dato se ha convertido en un naufragio²⁷ [...]”.

El sacerdote es también humano y, al igual que otras personas, es igualmente propenso a caer en la patología del *trastorno de dependencia*

nes doctrinales desviadas de aquellas que proclama y defiende la Iglesia católica. Al respecto puede ayudar la lectura de J.E. Mújica, *Portales católicos, ¿cómo saber si lo son?*, en http://www.forumlibertas.com/frontend/forumlibertas/noticia.php?id_noticia=13165&id_seccion=11.

²⁶ F. Lombardi, *¿Bendita red?* Lección Magistral al recibir el doctorado honoris causa en la Universidad Pontificia de Salamanca, 29 de abril de 2009.

²⁷ F. Pascual, *Naufragios en internet*, en *Análisis y Actualidad*, boletín telemático no 10, 2009.

de internet²⁸ que llega a imposibilitar su perseverancia pues le produce problemas que influyen en el comportamiento y en la percepción psicológica de la realidad²⁹.

En este contexto, no es exagerado plantearse un examen de conciencia donde el tiempo invertido en las redes sociales (y en los medios de comunicación en general) sea la materia a evaluar como parte del voto, promesa o espíritu de pobreza. Tocante al voto o promesa de castidad³⁰, no sobra re-

²⁸ Cf. L. Armstrong-J. Phillips-L. Saling, *Potential determinant of heavier internet usage*, International Journal of Human Computer Studies 53 (2000/4) 537-550.

²⁹ Piénsese en un joven sacerdote (o consagrado, hombre o mujer), en situaciones verosímiles y posibles de insatisfacción o letargo en su vida espiritual, introversión, poco integración con sus fieles, compañeros o parroquia-comunidad; o con una tendencia temperamental a la soledad, a la timidez y al aislamiento. Añadamos la nada fantasiosa posibilidad de tristeza por un luto familiar, por la dificultad de entablar relaciones con sus compañeros (as)... En una red social entabla nuevas amistades y, conforme pasan las semanas, se siente buscado (a), importante y, al fin, tenido en cuenta. "Como su autoestima se reforzaba (aunque fuera una autoestima distorsionada e irreal), empezó a pasar más tiempo *on line*. Sentía que podía satisfacer casi todas sus necesidades físicas y psicológicas – mediante las redes sociales, *ndr*-. Ahora sabía que tenía amigos, podía ser todo lo que no le era posible en la vida real" (Cf. V. Comodo, *Consagrados on line. Rutas para la navegación de los religiosos en internet*, ed. San Pablo, Madrid, 2008). Las actitudes de retiro social y disociación del mundo fueron impedimentos comprensibles para que no siguiera adelante.

³⁰ "Frente a los contenidos que inducen o pueden inducir a cometer pecados contra la fe, la caridad, la justicia o la castidad, es necesario comportarse como con los otros instrumentos (libros, prensa, conversaciones, etc.). Se deben aplicar los principios morales de las ocasiones de pecado: existe el deber grave de evitar las ocasiones próximas, libres y graves, y se deben adoptar también los medios necesarios para hacer remotas las ocasiones próximas. El carácter próximo o remoto, así como la gravedad de las ocasiones puede ser tomado en sentido absoluto o relativo; es decir, una situación puede constituir una ocasión grave y próxima para la mayor parte de las personas o puede ser ocasión grave o próxima sólo para una persona o algunas personas particulares, no siéndolo para las demás. [...] sin querer minimizar la complejidad del problema, sería reductivo considerar internet en general como ocasión de pecado. La mayor parte de quienes tiene problemas morales con internet lo tendrían también con otros instrumentos. También es verdad que se da el caso de personas generalmente rectas que cometen errores morales porque han caído casualmente en una página *web* moralmente negativa: pero son una minoría. [...] Teniendo presente la natural debilidad humana, presente también en personas de recta orientación moral, la frecuencia de exposición a contenidos fuertemente negativos facilita la caída y puede crear dependencia. La *porn addiction* es una patología conocida, incrementada con la difusión de internet donde el porcentaje de contenido pornográfico respecto al total es muy alta, más que sobre otros medios de comunicación. Por este motivo es razonable afirmar que, sin querer juzgar a priori sobre la moralidad del usuario, hay obli-

cordar que un sacerdote o una persona consagrada “no puede verlo todo, oírlo todo, decirlo todo, gustarlo todo [...] El Seminario —o la casa de formación— debe haberlo hecho capaz, en la libertad interior, de sacrificio y de una disciplina inteligente y sincera³¹”. Respecto a la promesa o voto de obediencia, siempre será un gesto de dependencia filial respecto al superior u obispo el pedir los permisos necesarios para navegar, con la bendición de Dios, por los sitios que se necesita. El espíritu de reporte, tanto del tiempo usado en estos medios como de los lugares visitados, es también un rasgo de esta virtud de obediencia filial.

C. Privacidad, banalización de las relaciones interpersonales y aislamiento

Una de las consultas más significativas que he recibido en el consultorio de *Catholic.net* fue la de una señora preocupada por el manejo que su párroco hacía de un perfil en *facebook*. Su preocupación radicaba en que era un sacerdote más o menos joven que presentaba sus fotos e informes detallados de sus actividades, de forma periódica y no precisamente apostólica. El sacerdote, al presentarse como soltero, era presa de un bombardeo de publicidad y mensajes de dudosa reputación moral; la señora percibía que todo esto iba en detrimento de su disponibilidad para el ministerio pero que también afectaba el modo de relacionarse ya no sólo con sus fieles sino, sobre todo, con los contactos que tenía en el perfil: los había banalizado y perdido el pudor de la privacidad con el afán de conocer a más y darse a conocer.

En el mensaje para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2009, Benedicto XVI avisaba de una de las consecuencias de esos “naufragios”, el aislamiento: “Sería una pena que nuestro deseo de establecer y desarrollar las amistades *on line* fuera en deterioro de nuestra disponibilidad para la familia, los vecinos y quienes encontramos en nuestra realidad cotidiana, en el lugar de trabajo, en la escuela o en el tiempo libre. En efecto, cuando el deseo de conexión virtual se convierte en obsesivo, la

gación moral de evitar las ocasiones próximas de pecado que existen cuando se trabaja habitualmente por muchas horas sobre internet. Entonces se puede concluir que existe el deber moral de usar un filtro de contenidos” (Cf. A. Rodríguez Luño, *L'Etica de Internet*, Studi Cattolici 583 (septiembre 2009), 612. La traducción es mía.

³¹ Cf. Congregación para la Educación Católica, *Carta circular sobre algunos aspectos más urgentes de la Formación Espiritual en los seminarios*, 6 de enero de 1980, Enchiridion Vaticanum, VII, 1982, 68.

consecuencia es que la persona se aísla, interrumpiendo su interacción social real. Esto termina por alterar también los ritmos de reposo, de silencio y de reflexión necesarios para un sano desarrollo humano”.

Los sacerdotes también deben revisar constantemente las motivaciones de fondo que les mueven a valerse de las redes sociales en concreto. Esta consciencia y equilibrio necesarios serán más sólidos en tanto en cuanto se haya recibido una adecuada educación en el uso de los *mass media* durante la preparación académica previa al apostolado y trato directo con las almas³².

Aceptar un nuevo “amigo” en una red social implica estar dispuesto a compartir con él la propia lista de amigos y los propios datos personales, lo que a su vez hace posible un tipo de intercambio y conocimiento recíproco.

Al reflejar la identidad, queda latente la posibilidad de crearse representaciones artificiales de uno mismo, de manera que se pueda parecer más “atractivo” para todos aquellos que están a la caza de “amigos³³” con especiales dotes físicas. Un perfil también puede ser ocasión para el narcisismo, el exhibicionismo y la superficialidad pues, para muchos, el deseo de aparecer como una persona socialmente atrayente, teniendo muchos “amigos” en las redes sociales, no deja de ser una tentación. De hecho, no es extraño

³² El número 9 de *La orientación sobre la formación de los futuros sacerdotes para el uso de los instrumentos de la comunicación social* (Congregación para la Educación Católica, 19 de marzo de 1986) refiere tres niveles que conviene distinguir y desarrollar como principios comunes de formación en esta área: “El primero, “de base”, se refiere a la adecuada y específica formación de los receptores, es decir, a todos los lectores, espectadores y auditores de los *mass media*; ha de impartirse, por tanto, a todos los alumnos de seminario indistintamente en cuanto todos están incluidos entre los receptores. El segundo, “pastoral”, se refiere a la futura actividad sacerdotal, sea para poder formar a su vez a los fieles en el recto uso de los *mass media*, sea para poder los mismos sacerdotes hacer un válido uso de ellos en el apostolado; ha de impartirse, por tanto, a todos los futuros sacerdotes. El tercer nivel, “de especialización”, se refiere a “cuantos ya operan los *mass media* o que, mostrando especial inclinación, deben ser preparados más específicamente a su uso”, como asimismo a cuantos encaminan a la enseñanza y formación sobre los *mass media* en los dos primeros niveles”.

³³ En el multitudinario mensaje de Benedicto XVI para la XLIII Jornada de las Comunicaciones Sociales, el Pontífice aporta una reflexión original y profunda tocante al tema de la amistad: “El concepto de *amistad* ha tenido nuevo auge en el vocabulario de las redes sociales digitales que han surgido en los últimos años. Este concepto es una de las más nobles conquistas de la cultura humana. En nuestras amistades, y a través de ellas, crecemos y nos desarrollamos como seres humanos. Precisamente por eso, siempre se ha considerado la amistad como una de las riquezas más grandes que puede tener el ser humano. Por tanto, se ha de tener cuidado de no banalizar el concepto y la experiencia de la amistad”.

encontrarse con fotos retocadas que mejoran *ad extra* la articulación de la identidad del usuario.

En todo caso, permanece abierta la tentación de hacer de una *social network* una ocasión para la construcción de un mundo paralelo que, además de alienar, podría hundir en la cohibición y en el aislamiento cada vez más radical de interacción social real a temperamentos débiles o más bien pobres en recursos para convivir.

El tema de la “amistad³⁴” digital es otra asignatura pendiente. Inicialmente las redes sociales implicaban una amistad basada en relaciones de la vida real, específicamente en un ambiente académico universitario. Usada como oportunidad para consolidar o para recuperar aquellas amistades que por la distancia o el tiempo se habían perdido, no pueden dejar de valorarse. Pero la “amistad digital” también invita a considerar el riesgo grave de que computadoras, celulares y otros dispositivos, aislen de las relaciones interpersonales apoyadas en encuentros reales. Una vinculación social-digital puede crear un exceso de dependencia de los otros.

Las aplicaciones³⁵ de las redes sociales logran que las personas hagan crónicas detalladas de sus experiencias de vida. En cierta forma, se trata de una renuncia a la privacidad³⁶ puesta en manos de empresas con fines lucrativos cuyas ganancias dependen, en cierta forma, de la confianza de los usuarios que ponen en sus manos la “parte” de vida que “cargan” en la plataforma social. No huelga recordar que “No hay que dejarse engañar por quienes –tanto en el tema de la “amistad” como en el de la privacidad, *ndr*– tan sólo van en busca de consumidores en un mercado de posibilidades indiferenciadas, donde la elección misma se presenta como el bien, la

³⁴ Como dice boyd, “el término “amigos” puede inducir a error, porque la relación no significa necesariamente la Amistad en el sentido vernáculo cotidiano, y las razones para que las personas se conecten son diversas” (Cf. *Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing community into being on social network sites*, en *First Monday*, 11 (12), Retrieved July 21, 2007. También disponible en http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/).

³⁵ En el argot de internet se les conoce como *lifestreaming* (actividad para reagrupar en un solo lugar todas las informaciones que una persona pone en red en tiempo real sobre el desarrollo de la propia vida).

³⁶ En Estados Unidos los soldados tiene prohibido acceder a *MySpace* (Cf. Frosch, D. (2007, May 15), *Pentagon blocks 13 web sites from military computers*, en *New York Times*. Retrieved July 21, 2007, también disponible en <http://www.nytimes.com/2007/05/15/washington/15block.html>), mientras que en Canadá el gobierno tiene vetado a sus empleados ingresar en *Facebook* en horas de trabajo (Cf. Benzie, R. (2007, May 3), *Facebook banned for Ontario staffers* en *The Star*, Retrieved July 21, 2007. También disponible en <http://www.thestar.com/News/article/210014>).

novedad se confunde con la belleza y la experiencia subjetiva suplanta a la verdad³⁷“.

El tema concreto de la privacidad³⁸ es uno de los que de una manera más sugestiva plantea no pocas contras en muchos ambientes. Un estudio académico sobre intimidad y *social network* de los estudiosos Gross y Acquisti³⁹ revelaron que es alto el riesgo potencial para que a partir de los datos incluidos en los perfiles, delincuentes cibernéticos puedan reconstruir números de seguridad social. Y es que en no pocas ocasiones se da un descuido propiciado, en parte, por la inconsciencia acerca de la naturaleza pública que supone internet⁴⁰.

La publicidad en las pantallas de nuestros monitores nos recuerda que las redes sociales no son grupos filantrópicos sino empresas que buscan ganancias económicas.

III. Desafíos

A. Para el sacerdote respecto a los fieles

Como consultor en ética de las comunicaciones y conferencista, no han sido pocas las ocasiones en que las almas escriben o preguntan sobre la “posibilidad virtual” de recibir los sacramentos o incluso de una vida “parroquial digital”.

Con bondad, prudencia y paciencia, el sacerdote debe hacer saber que la participación física presencial en los momentos de culto, en los lugares y tiempos establecidos, no puede ser suplida por la modalidad virtual. No se

³⁷ Cf. Benedicto XVI, *Nuevas tecnologías, nuevas relaciones...*, Mensaje para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de mayo de 2009.

³⁸ “Tan atractivo resulta dejar la propia intimidad en la red como entrar a saco con la de los demás cibernautas. Más aún. El acceso a la red está abierto para todos los que dispongan de un ordenador comprometido, y entre los potenciales usuarios se encuentran niños y adolescentes y toda suerte de personas con pocas defensas morales y fáciles de persuadir y suggestionar” (Cf. N. Blázquez, *La nueva ética en los medios de comunicación*, BAC, Madrid 2002, 765).

³⁹ Gross, R., & Acquisti, A., *Information revelation and privacy in online social networks*, Proceedings of WPES 2005 (pp. 71-80). Alexandria, VA: ACM.

⁴⁰ Por ejemplo, los niños están creciendo creyendo que lo normal es tener la vida al descubierto en la red. Es comprensible que bandas de secuestradores, pederastas y ciberacosadores se aprovechen de esta ignorancia para obtener la información que luego pueden aprovechar para sus fines.

debe olvidar que “No existen los sacramentos en internet; e incluso las experiencias religiosas posibles ahí, por la gracia de Dios, son insuficientes si están separadas de la interacción del mundo real con otras personas de fe⁴¹“. Es necesario encontrar a Cristo “personalmente y cultivar esta relación con Él a través de la oración, la Eucaristía y el Sacramento de la Reconciliación, la lectura y la meditación de la Palabra de Dios, el estudio de la doctrina cristiana, el servicio a los demás⁴²“.

También es apremiante, no sólo para los creyentes, una asignatura que aborde una adecuada pedagogía educativa en el uso de los medios de comunicación en escuelas públicas, concretamente en lo referente a internet y aquellas formas de comunicación más usadas dentro de él. Más que abundar en la parte técnica, es urgente una perspectiva ética que sirva de orientación para todos esos niños y jóvenes que cada vez más, a una temprana edad, se insertan como usuarios de redes sociales; debe ser una educación que ayude a que las personas “se formen criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos; se trata de un aspecto de la formación de la conciencia⁴³“.

Al respecto, “Las universidades, los colegios y las escuelas católicas [...] deberían ofrecer cursos para varios grupos, así como una formación más esmerada en cuestiones de tecnología, administración, ética y política de las comunicaciones...⁴⁴“.

B. Para el sacerdote con respecto a sí mismo

B1. Identidad. No perder de vista quién es

Cuánto ayuda la valoración de la propia identidad para asumir un uso responsable y eficaz de las modernas oportunidades. El sacerdote que usa una red social también es sacerdote en ella; sus actos en el mundo virtual

⁴¹ Cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, 28 de febrero de 2002, n. 9.

⁴² Cf. Juan Pablo II, *Anunciar a Cristo en los medios de comunicación social en el alba del nuevo milenio*, Mensaje para la XXXIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2000.

⁴³ Cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e...*, n. 7. En el número 16 del Decreto Conciliar *Inter Mirifica* (4 de diciembre de 1963), el Papa Pablo VI incluso habla de conseguir el objetivo de la educación mediática valiéndose de la exposición y explicación de la enseñanza de la Iglesia en esta materia, durante el catecismo.

⁴⁴ Cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e...*, n. 9.

son los actos del único sujeto real existente que tiene en sus manos un teclado y hace clic con un “mouse”. Y bien sabemos que todo acto tiene valor de eternidad.

No perder de vista la identidad sacerdotal significa una conciencia permanente del don recibido.

B.2 Fin. No perder de vista qué debe hacer

Si el sacerdote piensa, siente y actúa como sacerdote, usará internet como sacerdote. Y es que el presbítero es otro Cristo, también cuando usa internet. Es decir, se servirá de las redes sociales para hacer apostolado, para predicar a Cristo, para llevarlo a las almas, irradiarlo y evangelizar: para prolongar su ministerio de servicio valiéndose también de las nuevas oportunidades (que no deben ser modernas esclavitudes).

Un sacerdote no debe olvidar que su fuerza es Dios y que es a Él a quien debe dar gloria. De esta manera el éxito o la dificultad serán vistos bajo el prisma sobrenatural de la gracia de Dios. “No hay que olvidar —decía el Santo Padre— que la fecundidad del ministerio sacerdotal deriva sobre todo de Cristo, al que encontramos y escuchamos en la oración; al que anunciamos con la predicación y el testimonio de vida⁴⁵”.

En este marco, cuán necesaria se vuelve la oración para conocer lo que Dios quiere que se transmita; cuánta luz puede aportar la oración y cuántas iniciativas meditadas en el diálogo con el Señor pueden ir naciendo, tomando forma, madurando y consolidándose. La labor pastoral en internet también sería, por así decir, una prolongación de la oración: se quiere comunicar Aquel al que se ha contemplado primero. Y una primera forma de comunicación, como señalaba Benedicto XVI, es el testimonio. El testimonio del sacerdote que no considera internet como un mero lugar que ha de ocuparse, corriendo el riesgo de sólo hacerse presentes, pero no actuando activamente y de acuerdo a su condición sacerdotal. Como decía la carta del Papa para la convocación del año sacerdotal: “En la actualidad, como en los tiempos difíciles del Cura de Ars, es preciso que los sacerdotes, con su vida y obras, se distingan por un vigoroso testimonio evangélico. Pablo VI ha observado oportunamente: “El hombre contemporáneo escucha más a gusto a los que dan testimonio que a los que enseñan, o si escucha a los que enseñan, es porque dan testimonio”.

⁴⁵ Benedicto XVI, *El sacerdote y la pastoral en el mundo digital...*

Por último, el sacerdote transmite no de modo aislado sino en sintonía con el Magisterio de la Iglesia. Si enseña, lo hace según la mente, el querer y la sabiduría milenaria del depósito de la fe custodiado por el romano pontífice y de los obispos en comunión con él. El binomio oración-fidelidad al Magisterio queda bellamente reflejado en esa consigna que ofrece Benedicto XVI en el multicitado mensaje para la jornada mundial de las comunicaciones sociales cuando dice que hay que “unir el uso oportuno y competente de los medios con una sólida preparación teológica y honda espiritualidad sacerdotal, alimentada por un constante diálogo con el Señor”.

B.3 Medios. No perder de vista cómo lo debe hacer

El ministro consagrado debe usar los modernos medios de acuerdo a las competencias en el propio campo de manera que se muestre a las personas de nuestro tiempo y a la humanidad desorientada de hoy que “Dios está cerca; que en Cristo todos nos pertenecemos mutuamente⁴⁶”.

Es verdad que no basta tener algo que comunicar. Hay que saber hacerlo, de modo atractivo e interesante. Muchas iniciativas fracasan no porque el Mensaje haya perdido valor, actualidad o no interese. Han ido a pique porque no se han sabido presentar adecuadamente⁴⁷. “O conocéis el lenguaje de internet o no lo conocéis y no podréis comunicar⁴⁸”.

Es comprensible que un sacerdote utilice los modernos medios pues los consagrados son agentes de comunicación⁴⁹, pero no está dicho que deban asumir todos los roles del comunicador. Para ayudar más y servir mejor, los laicos pueden y deben asumir un papel de importancia, sobre todo — aunque no sólo— al nivel de administración técnica y operativa. Un sentido

⁴⁶ Discurso a la Curia romana para el intercambio de felicitaciones navideñas, 21 de diciembre de 2009; *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 25 de diciembre de 2019, p. 10).

⁴⁷ Un éxito implica un lenguaje claro, simple y comprensible; veracidad y rapidez; generar confianza y autenticidad.

⁴⁸ J.M. Di Falco Léandri, *La forza e la debolezza della Chiesa nel mondo di Internet*, Agencia ZENIT boletín telemático en lengua italiana, 14 de noviembre de 2009. La traducción es mía. Obviamente, conocer no significa precisamente adoptar o asumir todo. Algunos “lenguajes” que nacen en internet usan abreviaciones y construcciones gramaticales que más bien empobrecen el lenguaje.

⁴⁹ Cf. V. Comodo, *Consagrados on line, rutas para la navegación de los religiosos en internet*, San Pablo, Madrid 2008, 59.

de eficacia apostólica invita no sólo a delegar en ellos sino también a involucrarlos⁵⁰.

La experiencia profesional de los laicos redundará en beneficio de una mejor presentación del mensaje. Piénsese, por ejemplo, en cuánto bien pueden acarrear los conocimientos que en el área de la comunicación, de la publicidad, de las relaciones sociales, del diseño gráfico o del periodismo pueden aportar los laicos preparados específicamente en esas áreas o que su experiencia permita ofrecer esta riqueza y ayuda. La rapidez de la evolución de los medios de comunicación pueden dar miedo, pero hay muchos creyentes capaces que pueden ayudar y que deben ser alentados a colaborar con sus capacidades y aptitudes.

A la par de la dinámica creatividad a la que el Mensaje cristiano está abierto, hay desafío que la comunicación y el comunicador católico deben tener siempre presentes. En diferentes momentos del mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones de 2010 los esbozaba Benedicto XVI:

1. Asegurar siempre la calidad del contacto humano y la atención a las personas y a sus auténticas necesidades espirituales.
2. Darles la oportunidad de educarse para la espera y la esperanza, y de acercarse a la Palabra de Dios que salva y favorece el desarrollo humano integral.
3. Tener en cuenta también a los quienes no creen y desconfían, pero llevan en el corazón los deseos de absoluto y de verdades perennes.
4. Valorar la dimensión universal de la Iglesia para una comunicación amplia y concreta.

Y todo lo anterior, dentro de los criterios fundamentales de la visión cristiana de la información⁵¹ y de la comunicación: el valor final de la comunicación reside en su veracidad.

⁵⁰ En la carta con la que convocaba el año sacerdotal, el Vicario de Cristo recordaba esta colaboración cuando decía: “hay que tener en cuenta la encarecida recomendación del Concilio Vaticano II a los presbíteros de “reconocer sinceramente y promover la dignidad de los laicos y la función que tienen como propia en la misión de la Iglesia. . . Deben escuchar de buena gana a los laicos, teniendo fraternalmente en cuenta sus deseos y reconociendo su experiencia y competencia en los diversos campos de la actividad humana, para poder junto con ellos reconocer los signos de los tiempos” (Cf. *Carta de Benedicto XVI en la víspera del año sacerdotal en el 150º aniversario de la muerte del cura de Ars. El sacerdote debe dar un fuerte testimonio evangélico en el mundo de hoy*, 16 de junio de 2009: *L'Osservatore Romano*, edición en lengua española, 19 de junio de 2009, p. 7).

B.4 Circunstancias. No perder de vista sus dones, pero tampoco sus limitaciones

A cuanto se ha dicho debemos agregar unas últimas consideraciones en torno a las circunstancias específicas de quien usa o podría valerse de estos medios. Unas son externas y otras internas.

Externas. Resulta comprensible que, aun pudiendo, no todos los sacerdotes participen activamente en el mundo digital. Muchos de ellos se encuentran en zonas de misión donde la evangelización *ad gentes* o su ministerio ordinario son llevados a cabo, no pocas veces, en penosas condiciones de pobreza, hostilidad, indiferencia, persecución o sufrimiento. Otros tantos presbíteros no han tenido la experiencia de desenvolverse en estos nuevos medios⁵¹, sea porque les resulta difícil adaptarse a ellos, por mentalidad o porque, objetivamente, tienen limitaciones de tipo pedagógico o de otro estilo. En este último rubro, el reto sería no cerrarse o pensar que estas nuevas tecnologías son exclusivamente para los nativos digitales, para los sacerdotes más jóvenes. Siempre es posible aprender para servir mejor. Si no es posible evangelizar la red, al menos evangelizar con ella. Por otro lado, sería un error considerar la invitación del Papa a asumir las oportunidades específicas que ofrece la moderna comunicación, como una exención de la labor ordinaria.

Internas. Quien se ocupa o quiere ocuparse pastoralmente también del campo digital, no puede olvidar que ese mundo tiene un lenguaje y que no basta la buena intención si no está precedida de formación. La falta de formación no se suple con nada.

⁵¹ El 16 de febrero de 2009, el padre Federico Lombardi, S.I., portavoz de la Santa Sede, pronunció una muy interesante ponencia titulada *Los medios de comunicación católicos. El ejemplo comunicativo de la Santa Sede*, en la Asamblea Anual de la Comisión de Medios de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal Española. Ahí esbozo algunos criterios fundamentales de la visión cristiana de la comunicación que, relacionados con las posibilidades de las redes sociales, viene a cuento recordar: 1) servicio a la verdad y a la objetividad; 2) servicio a una visión de la realidad que no excluye a Dios; 3) servicio a la justicia; 4) servicio para la paz.

⁵² “El mensaje del Papa Benedicto XVI para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales no es una apelación “a todos los sacerdotes a crear un propio *blog*. Se trata, sobre todo, de una motivación a los sacerdotes para rodearse de laicos competentes para la implementación de sus portales parroquiales o de movimientos, una llamada a colaborar, una llamada a acompañar a los laicos que se están lanzando, o que ya se han lanzado, a la evangelización vía internet” (J.M. Di Falco Léandri, *La forza e la debolezza della Chiesa nel mondo di Internet*, Agencia ZENIT boletín telemático en lengua italiana, 14 de noviembre de 2009).

Aunque ya de por sí la Providencia dota de dones naturales a algunas personas facilitándoles el desenvolvimiento en internet, en la mayoría de las veces es precisa la formación. Incluso para los dotados cuyos dones pueden ser pulidos. Por tanto, la formación permanente sigue siendo un imperativo para todo presbítero después de la ordenación sacerdotal, tanto en esta área específica de la realidad humana, como en tantos otros temas de cariz eminentemente sacerdotal (moral, teodicea, antropología, humanidades, etc.) que tanto pueden ayudar para orientar mejor en el ágora de internet y en el púlpito. En este sentido, cuánto pueden ayudar las lecturas sobre temas de cultura general en subsidios como las revistas destinadas a los sacerdotes o incluso los boletines electrónicos, muchos de ellos disponibles de forma gratuita en muchos portales o difundidos a través del correo electrónico; permiten conocer información de la Iglesia universal o enriquecerse mediante el repaso de análisis de temas de actualidad o de perenne interés.

Por otra parte, siendo el mismo sacerdote quien mejor se puede conocer, es él el primer responsable del cuidado de su propia vocación. Si por temperamento, carácter, personalidad u otros motivos tiende a la pérdida del tiempo, a la distracción o a otras debilidades, es él mismo quien deberá limitar el uso de estas tecnologías, por su propio bien espiritual⁵³. Como afirmaba el padre Álvaro Corcuera, L.C., en un congreso desarrollado en el Ateneo Pontificio *Regina Apostolorum* de Roma, del 26 al 27 de marzo de 2004, —algo que vale totalmente al ámbito singular de las redes sociales—: “En el contexto de la formación para la vida religiosa, los medios de comunicación tienen una finalidad específica: sirven en la medida en que pueden ayudar a la formación intelectual, cultural, humana y espiritual de los religiosos. No obstante su valor positivo, su uso indiscriminado constituye un grave obstáculo para la fidelidad a los compromisos de la vida religiosa, dada su capacidad de incentivar la dispersión interior, la ligereza, la falta de

⁵³ “Desde el punto de vista moral [...] si un usuario de internet por trabajo u otras necesidades objetivas, hubiese cometido, navegando en la red, varias veces pecados graves, el arrepentimiento de estos pecados y el consiguiente propósito de evitarlos implicaría poner los medios para que las ocasiones próximas se conviertan en remotas. Un modo de hacerlo sería precisamente usar un filtro de contenidos; otros modos podría ser poner el PC en un lugar a la vista o reducir al mínimo el uso de internet. Si, no obstante estas medidas de prudencia la situación no mejorase, el deber prioritario de evitar un daño grave a la propia vida cristiana debe llevar también a prescindir de internet, sea por un cierto periodo si se presume que el problema es pasajero, o configurar el acceso a la red de manera que se limite solamente a una lista de sitios elencados” (Cf. A. Rodríguez Luño, *L'Etica de Internet*, Studi Cattolici 583 (septiembre 2009), 612).

disciplina, la pérdida de tiempo, la asimilación de criterios propios de un mundo laicizado y la deformación de la conciencia religiosa. Los medios son medios. Deben ser usados para alcanzar los fines, que, como hemos visto, en la vida religiosa son muy específicos⁵⁴.

Conclusión

Que la propuesta del Evangelio sea promovida, escuchada y acogida, también es tarea primordial de las personas consagradas, quienes “desde su propio carisma, adquieren un compromiso en el ámbito de las comunicaciones sociales⁵⁵”.

Bien sabemos que los medios de comunicación en general, y las redes sociales en particular, son éticamente neutros. Su bondad o maldad dependen del factor libertad humana, es decir, del uso que el hombre les da. “Nunca se insistirá lo suficiente en que los medios de comunicación social son sólo instrumentos sin alma propia⁵⁶”.

No se puede ocultar que la fe contribuye positivamente para usar adecuadamente estas plataformas partiendo de razones humanas y enriquecidas con motivaciones espirituales. En definitiva, lo que está en juego en las redes sociales es si gracias a ellas la persona humana “se hace de veras mejor, es decir, más maduro espiritualmente, más consciente de la dignidad de su humanidad, más responsable, más abierto a los demás, particularmente a los más necesitados y a los más débiles, más disponible a dar y prestar ayuda a todos⁵⁷”. La religión tiene el acuciante desafío de no sólo usar estas redes para difundir el mensaje cristiano, sino de integrar el mensaje en esta nueva cultura⁵⁸. Y en esta tarea sus ministros no juegan un papel secundario sino que son protagonistas.

Todas las posibilidades de evangelización que se abren y presentan a través de las redes sociales animan a trabajar con ellas y en ellas como mi-

⁵⁴ A. Corcuera; AA. VV., *Vita consacrata&Cultura della comunicazione*, San Pablo, Milán 2005, 199.

⁵⁵ Cf. Juan Pablo II, Carta apostólica *El rápido desarrollo de los medios de comunicación social*, 24 de enero de 2005, n.8.

⁵⁶ Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, *Llamada a los religiosos y religiosas de vida contemplativa*, 3 de junio de 1973.

⁵⁷ Cf. Juan Pablo II, Carta Encíclica *Redemptor Hominis*, n. 15.

⁵⁸ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Instrucción Pastoral Aetatis Novae. Sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de la Communio et Progressio*, 22 de febrero de 1992.

sioneros de la *web*; pero la presencia activa de millones de bautizados son un llamado que acusa “capellanes digitales” que cuiden de las almas, las reconduzcan a la Iglesia y, si es el caso, conviertan a los así llamados “nativos digitales”. “Somos nosotros –decía el padre Federico Lombardi– los que debemos y podemos hacer que lleguen a ser fuente de bendición y no dejar que se vuelvan instrumentos de corrupción”⁵⁹; tener presente y trabajar en este desafío es una misión que el sacerdote debe asumir en primera persona.

⁵⁹ F. Lombardi, *¿Bendita red?* Lección Magistral al recibir el doctorado honoris causa en la Universidad Pontificia de Salamanca, 29 de abril de 2009.