

Cristianos en las redes sociales

(publicado en www.cope.es, 27-I-11)

Las nuevas tecnologías, “si se usan con sabiduría, pueden contribuir a satisfacer el deseo de sentido, de verdad y de unidad que sigue siendo la aspiración más profunda del ser humano”. Así lo afirma Benedicto XVI en su mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2011 (“Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital”, 6-I-2011).

Como se puso de relieve en la presentación del documento, éste vincula tres cuestiones importantes en la vida actual: la comunicación digital, la propia imagen y la coherencia de vida. En una aproximación primeramente positiva, apoyada en el análisis sociológico correspondiente, el texto refleja las enseñanzas del Papa acerca de la identidad cristiana, edificada sobre la verdad y el amor, y sus consecuencias en el terreno de la comunicación actual globalizada.

Las redes sociales en *internet* (sobre todo *Facebook*, con más de 500 millones de usuarios) presentan aspectos positivos y límites. Ante todo son una posibilidad de “diálogo, intercambio, solidaridad y creación de relaciones positivas”. Pero también pueden desembocar en “una interacción parcial, la tendencia a comunicar sólo algunas partes del propio mundo interior, el riesgo de construir una cierta imagen de sí mismos que suele llevar a la autocomplacencia”.

En consecuencia –subraya el texto–, sobre todo en el caso de los jóvenes, es importante “plantearse no sólo la pregunta sobre la calidad del propio actuar, sino también sobre la autenticidad del propio ser”. Y es que “el anhelo de compartir, de establecer ‘amistades’, implica el desafío de ser auténticos, fieles a sí mismos, sin ceder a la ilusión de construir artificialmente el propio ‘perfil’ público”.

Uno comunica lo que es, lo sepa o no, lo quiera o no. “Cuando se intercambian informaciones, las personas se comparten a sí mismas, su visión del mundo, sus esperanzas, sus ideales”. De ahí que se apueste “por una comunicación franca y abierta, responsable y respetuosa del otro”. Esto el cristiano lo vive no sólo al comunicar contenidos religiosos-piadosos, sino ante todo al “dar testimonio coherente en el propio perfil digital y en el modo de comunicar preferencias, opciones y juicios que sean profundamente concordes con el Evangelio, incluso cuando no se hable explícitamente de él”.

Por consiguiente se precisa la atención a los aspectos del mensaje cristiano “que puedan contrastar con algunas lógicas típicas de la red”. Primero, la verdad: “El valor de la verdad que deseamos compartir no se basa en la ‘popularidad’ o la cantidad de atención que provoca. Debemos darla a conocer en su integridad, más que intentar hacerla aceptable, quizá desvirtuándola. Debe transformarse en alimento cotidiano y no en atracción de un momento” (todo ello supone el rechazo a una cierta superficialidad y vulgaridad, hoy en boga).

En segundo lugar, el Evangelio pide una respuesta libre y encarnada “en el mundo real y en relación con los rostros concretos de los hermanos y hermanas con quienes compartimos la vida cotidiana” (no debe prestarse más atención y tiempo al ordenador que a las personas mismas).

Concluyendo, se invita a “unirse con confianza y creatividad responsable a la red de relaciones que la era digital ha hecho posible”. Esta red es parte de nuestra vida y cultura, y en ella cabe “la proclamación de la fe, con cercanía y diálogo, respeto y comprensión”. Al mismo tiempo, en la perspectiva cristiana hay que tener presente que

“la Verdad, que es Cristo, es en definitiva la respuesta plena y auténtica a ese deseo humano de relación, de comunión y de sentido, que se manifiesta también en la participación masiva en las diversas redes sociales”.

En las redes sociales los cristianos pueden ayudar “a mantener vivas las cuestiones eternas sobre el hombre, que atestiguan su deseo de trascendencia y la nostalgia por formas de vida auténticas, dignas de ser vividas”. La condición para todo ello es comunicarse con integridad y honradez. También en la comunicación se cumple que la coherencia personal de vida con el Evangelio es en sí misma una forma de anuncio que determina la credibilidad del mensaje.

Ramiro Pellitero, Universidad de Navarra
iglesiaynuevaevangelizacion.blogspot.com