

LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL: UN RETO, UN COMPROMISO

*Hermana Ángela Vargas Mendoza, Bethlemita
Aspirante a Maestría en Educación, Unab
Directora de tesis, Doctora Leonor Galindo Cárdenas
Codirectora, Doctor Román Sarmiento*

1. INTRODUCCIÓN

Dios que es comunicación, utiliza todos los medios posibles para mantener la comunicación con el hombre; así mismo nos impulsa a comunicar su mensaje de amor en la cultura donde actualmente vivimos. Esta cultura en la cual ya está inmersa la humanidad, se presenta como un desafío que es necesario asumir con religiosas preparadas, abiertas al cambio y especialmente decididas a adoptar con inteligencia los medios que ofrece la era digital, para comunicar la Buena Nueva.

La Internet, creación de esta era, aparece como una fuerza capaz de cambiarlo todo. Desde su irrupción se presenta distinto a todo, no es una ola pasajera, sino un potencial para la libertad en cualquiera de sus manifestaciones y un vehículo de innovación.¹ De ahí la importancia de aprender a conocerla, a valorarla y aprovechar sus beneficios. El Papa Juan Pablo II la llamó “nuevo foro”, Benedicto XVI, la ha denominado “continente digital” lanzando a la Iglesia en misión hacia ese nuevo mundo por conquistar para la causa del Evangelio. La vida religiosa, no puede desconocer o ignorar este campo digital que se presenta como un desafío para su acción misionera.

Así que, miraremos el impacto de la era digital en la comunicación en la vida consagrada y más aún en la comunicación en la vida religiosa bethlemita. Además, reconoceremos el proceso de la comunicación en la historia del hombre y la comunicación en la historia de la salvación, que ilumina el camino a seguir para comunicar al mundo la razón de ser discípulas y consagradas.

2. LA COMUNICACIÓN

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones o cualquier otra clase de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales", así la comunicación distingue dos clases de lenguaje: verbal y no verbal. Etimológicamente, la palabra comunicación se refiere a común-acción. En este sentido, la comunicación es la coordinación de acciones. Así la comunicación será más que el intercambio de información.

Desde la antigüedad etíopica, núbica y egipcia hasta hoy, preguntarse por la cultura de la comunicación significa preguntarse por las modalidades éticas que permiten mejorar la propia capacidad comunicativa en un mundo que crece en materia de información y disminuye en cuanto al actuar comunicativo². La proliferación de guerras es prueba evidente de una crisis de valores

¹GARCÍA, Mexía Pablo, “Historias de Internet. Casos y cosas de la Red de redes” Ed. Tirant Humanidades, Valencia, 2012. Pág. 165

² www.monografias.com

tradicionales que se refieren al actuar comunicativo. De manera que la comunicación en esta era digital se convierte en un reto que debe superar la fuerza que tiene este medio en el campo informativo.

El hombre siempre ha estado en búsqueda para comunicarse, ha creado instrumentos cada vez más poderosos y veloces que le permitan este objetivo. En esta línea, José Luis Cordeiro señala tres grandes etapas de la historia que llevan consigo la instauración de un nuevo instrumento de comunicación. La primera, la Revolución agrícola y con ella aparece la ganadería y un poco después el comercio. La segunda etapa de la humanidad, según Cordeiro, es la Revolución Industrial, que inicia con la invención de la imprenta; la tercera es la Revolución de la Inteligencia cuyo centro es el ser humano en su capacidad de comunicarse y transformarse. Esta tercera revolución donde aún se encuentra la humanidad, ha traído consigo la invención de la Informática.

Esta última revolución que enuncia Cordeiro, es análoga a la denominada Tercera Ola de Alvin Tofler o a la Aldea Global de Mc Luhan³ que presentan un mundo nuevo, con un hombre nuevo en una sociedad impredecible caracterizada por constantes cambios. La comunicación en este contexto debe asumir nuevos modos, nuevos métodos para que este nuevo hombre y sociedad trascienda más allá de la Informática, porque “no se puede montar la sociedad sobre datos”⁴, lo dice Alvin Tofler.

3. LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

2

Con la creación de la World Wide Web (www) y los navegadores en la década de 1990, internet se transformó de una herramienta de comunicación a una tecnología revolucionaria. Según el físico Princeton Freeman Dyson⁵, Internet tiene el carácter de proyecto “sostenible” que continuará indefinidamente en el futuro dando así comienzo a una nueva era: “La era digital”

Sobre esta era digital, Eric Schmidt, director de Google, en colaboración con el director de Google Ideas, Jared Cohen, escribió el libro que lleva por título: (La nueva era digital: Reorganizando el futuro de las personas, naciones y negocios), que resume lo que ocurrirá a finales de esta década.

El futuro que ven ambos autores expone una sociedad en la que las nuevas tecnologías cambiarán vidas: desde sistemas de información que aumentarán considerablemente la productividad, la seguridad y la calidad de vida, la tecnología de movimiento controlado por el pensamiento que puede revolucionar los procedimientos médicos y la tecnología de traducción casi perfecta que nos permitirá tener una interacción más diversificada.

De tal manera que, Internet sigue evolucionando y la tendencia marca que en un futuro próximo se convertirá en el medio de comunicación e interactividad comercial más importante del planeta. Actualmente las redes sociales como, YouTube, Facebook, Twitter y los Blogs se han

³ CORDEIRO, JOSÉ LUIS. Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela. 1998.

⁴ <http://es.scribd.com/doc/5306457/Alvin-Toffler>

⁵ GARCÍA, Pablo Mexía, J.D. “Historias de Internet. Casos y cosas de la red de redes” Edita Tirant Humanidades, Valencia 2012.

convertido en una de las principales herramientas no sólo en la difusión de información e ideas, sino también de la creación de una metrópoli virtual donde convergen los distintos puntos de vista del mundo, sus intereses y propuestas.

Así que, es necesaria una preparación especial que permita difundir con éxito el mensaje que se desea transmitir en este nuevo continente por conquistar. Conocer las necesidades del usuario, y las ventajas y desventajas que ofrece internet, es una obligación para quien desea cultivar la dinámica de la acción comunicativa en el ambiente informático donde vive el hombre de hoy.

Sin hacer un estudio exhaustivo sobre las necesidades de los usuarios, se aprecia que la búsqueda radica en productos, conocimiento, comunicación, orientación, y otros temas de interés personal. Por ejemplo, para encontrar mercancía van a (Ebay), para búsquedas especializadas (Yahoo, Google), para contenidos de interés (New York Times, ESPN), para comunicarse con otros (Facebook, Twitter), para reservas (Ticketmaster, Opentable), para pedir ayuda o temas de carácter humano o religioso (catholic.net, aciprensa, vaticano.org), entre otras. El usuario quiere en poco tiempo resolver su necesidad; este es uno de los rasgos que tiene el usuario que está frente a las pantallas, así se comporta cuando navega en la Internet. Sería bueno preguntarse a la hora de pretender una comunicación con quienes se encuentran frente a la pantalla: ¿Cómo impactar para satisfacer la necesidad que hay de trascendencia? ¿Cómo llegar a las personas para lograr en ellas avances significativos a todo nivel? Y así surgirían otros interrogantes de acuerdo a la misión o trabajo que se ejerza.

Además, es conveniente mirar algunos de los beneficios que ofrece Internet, independiente si son o no los más importantes: estudiar, investigar, conocer el mundo, mandar y recibir mensajes, conversar, comprar y vender; la lista es interminable y va de acuerdo a las iniciativas individuales, comunitarias, comerciales, políticas, religiosas, culturales y científicas. En esta abundancia de ofertas, la comunicación se constituye en inmediatez, hipertextualidad, interactividad. Elimina la pasividad surge la producción de contenidos. Es multimedia, recoge y unifica medios que antes operaban por sí solos y los magnifica en texto escrito, vídeo, sonido, gráfica.

Si observamos las manifestaciones de la cultura digital, una de ellas, es la transformación del lenguaje cotidiano. Ya se han asumido algunos términos que revelan hasta qué punto se ha introducido la cultura digital en la vida diaria: Internet, correo electrónico, páginas web, módem, formatos de archivo, velocidad de conexión, servidor, webcam, interfaz, escáner, listas de distribución, proveedores de acceso, operadores, puerto de impresora, foros de discusión, plataforma, chats, cibercomunidades, medios virtuales, hipertextos, portales, etc. El desafío en la comunicación frente a la transformación del lenguaje, viene desde el conocimiento de estos términos hasta el saber cómo utilizarlos para ser protagonistas en la revolución tecnológica, como profesionales de la común-acción.

Comunicólogos y catedráticos del periodismo afirman que el fulgor de Internet y su velocidad de avance impiden asimilar con precisión todo su significado; que particularmente para los medios de comunicación, y en consecuencia para los comunicadores, la Web - y con ella todos los avances en Tecnología de Información y Comunicación - representa una enorme oportunidad y desafío⁶.

⁶ Tomado del artículo www.monografias.com . Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información.

Oportunidad que no se debe dejar pasar y desafío que despierte la inquietud y el compromiso para evitar que este fulgor pase inadvertido y sin rozarnos.

4. LA COMUNICACIÓN EN LA VIDA RELIGIOSA, EN LA ERA DIGITAL

La reflexión anterior se limitó a contemplar la comunicación desde un punto de vista tecnológico, digital, evolutivo y revolucionario en un lenguaje verbal; pero si miramos la comunicación desde un punto de vista existencial, de comunión, de fraternidad, de solidaridad y en un lenguaje no verbal, podemos concluir que no siempre el hombre está en esta perspectiva: comunicarse para entregarse, para dar vida; sólo de Dios se aprende esta dinámica que urge aplicar en el contexto misionero que el religioso está llamado a vivir.

Dios no es un absoluto autosuficiente y cerrado, sino que es un absoluto de comunicación. Dios es amor total, comunicación total, palabra total; tres personas en una misma realidad comunicada totalmente. Son Dios tanto el Uno como el Otro y el Otro. Cuando la comunicación es completa, todo lo que tiene el Padre lo tiene el Hijo, (Juan 14, 10) y el Espíritu que es la comunión que hay entre ambos. Es el amor total, es la comunicación total.

Así, Dios quiso estar en contacto estrecho con la creación y de manera significativa con el hombre. Antes del pecado original la comunicación entre Dios y el hombre era directa, Dios podía manifestarle su amor en forma clara. No se necesitaban medios para la comunicación, Dios y el hombre se entendían a la perfección. Pero esta comunicación se rompió por el pecado, (Génesis 3, 24) el hombre se desconectó de Dios y dejó de contemplarle cara a cara. Cada vez más se distanciaba el hombre de Dios en busca de la felicidad perdida.

Pero, Dios buscó la forma de reanudar la comunicación con el hombre para manifestarle su amor. Era necesario crear un plan que favoreciera este deseo; Dios se empezó a comunicar mediante obras y palabras; primero en la alianza que hizo con Noé, después en la promesa hecha a Abraham y en la elección de su pueblo. A lo largo de la historia del pueblo escogido, Dios se comunicó por medio de los profetas (hebreos, 1,1) y por último Dios mismo se hizo hombre (cf. Mc 12, 1-11) para hablar directamente con el hombre y le reveló su amor por medio de su Palabra. El plan de Dios para comunicarse con el hombre quedó totalmente revelado.

Fue así como “La Palabra se hizo carne y puso su morado entre nosotros”. (Juan 1,14). La Palabra, se abajó, se hizo uno de nosotros, se sometió y se entregó. El Verbo de Dios asumió la condición humana y quedó así unido para siempre a nuestra raza. Desde aquel momento el mundo comenzó a tener un “Mediador Omnipotente”⁷ que revela el amor del Padre para llevarnos a todos a la filiación divina⁸ y a la comunión fraterna. (Constituciones n. 2a)

La Palabra se hace carne y establece un puente que nos une al Padre, que nos permite conocer los sentimientos de su corazón y recibir por su medio la gracia de la salvación. Jesucristo se convierte en el comunicador del Padre que ha venido a restaurar, por una parte, la comunicación y la relación entre Dios y los hombres, y, por otra, la de los hombres entre sí, esta es su misión: dar

⁷ VIVES, Joseph, - Editorial Sal Terrae

⁸ CONTRÁN, Hilario maría, O.F.M., artículo “Anunciación y encarnación del Hijo de Dios”, <http://www.apologeticacatolica.org/Maria/Maria20.htm>

a conocer el amor del Padre y llevar a todos los hombres a Él. Para cumplir esta tarea, invitó a otros para llevar a todos, la Buena Nueva.

Hoy su mandato: “Id al mundo entero y predicad el Evangelio” es la fuerza que impulsa al religioso en su tarea evangelizadora, en su deseo de comunicar el Mensaje, que es Cristo el Señor. Este mandato y urgencia mueve y motiva la misión del religioso para abrir las puertas del corazón; es un mandato que a más de ser oportuno hace 2.000 años, lo es con más vigor en el momento actual: “Id al mundo entero”. Estas palabras irrumpen en el corazón del consagrado para lanzarse precisamente en este contexto digital, a realizar esta misión; los instrumentos tecnológicos posibilitan la forma de llegar al mundo entero compuesto por personas de todos los credos, de todas las edades y de toda condición.

Su Santidad Benedicto XVI para la 45 jornada mundial de las comunicaciones sociales refiriéndose a la comunicación en la era digital, afirma que se nos plantean nuevos desafíos a nuestra capacidad de hablar y de escuchar un lenguaje simbólico que exprese la trascendencia. Dice su Santidad que Jesús mismo, al anunciar el Reino, supo utilizar elementos de la cultura y del ambiente de su tiempo: el rebaño, los campos, el banquete, las semillas, etc. Así que el religioso está llamado a descubrir en la cultura digital, símbolos y metáforas significativas para las personas, que puedan servir de ayuda al hablar del Reino de Dios al hombre posmoderno.

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 sociales⁹. La vida religiosa, presente en la Red, da un valioso aporte, para que esta Verdad se mantenga en el centro de todo avance de la inteligencia humana creada por Dios y para que la red no sea un instrumento que reduzca a las personas a categorías, que intente manipularlas emotivamente o que permita a los poderosos monopolizar las opiniones de los demás.

A este respecto, el papa Benedicto XVI, invita a todos los cristianos a unirse con confianza y creatividad responsable a la red de relaciones que la era digital ha hecho posible. Afirma Su Santidad que esta red es parte integrante de la vida humana y que además la red está contribuyendo al desarrollo de nuevas formas de conciencia intelectual y espiritual de comprensión común.

Es así que, las palabras del papa, no pueden dejar indiferentes a los religiosos que además de ser creyentes tienen un compromiso más profundo con el Señor: Anunciarlo a todos los hombres. Este anuncio debe contribuir a que el mundo encuentre el alma que ha perdido. Juan Rubio¹⁰ afirma que en el mundo de la inteligencia virtual y de la inteligencia emocional es necesaria una inteligencia espiritual que devuelva el alma perdida. Por tanto, es tarea de la vida religiosa comunicar al mundo el Evangelio, la esperanza que esta Buena Nueva trae, y devolver al hombre el sentido y valor que tiene la vida cuando se comprende desde la perspectiva de Dios. “Una respuesta adecuada desde la fe es un reto que tenemos planteado para asumirlo en fidelidad a la Palabra de Dios. Y habrá que hacerlo con osadía y firmeza ante el nuevo panorama en el que la

⁹ Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital, 5 de junio 2011

http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20110124_45th-world-communications-day_sp.html

¹⁰ RUBIO Fernández Juan, “Evangelizar en el planeta digital” Cómo hacer significativa nuestra presencia en Internet. Editorial PPC. S.A. 2013

verdad se presenta con veleidades subjetivas y en donde hemos de ofrecer el aliento de la fe, la urgencia de la esperanza y la garra del amor”¹¹.

La comunicación en la vida religiosa en la era digital, es un desafío que no se puede evadir. Es necesario conocer la nueva era que se impone no como una moda sino como una cultura, un modo de ser, y asumir el reto de comunicar el encargo recibido. De ahí la urgencia de adquirir una sólida preparación teológica, y una honda espiritualidad, alimentada por un constante contacto con el Señor. Un nuevo planeta va emergiendo y el religioso ha de estar ahí para poner en acción: “ Id por todo el mundo y proclamad la Buena Nueva a toda la creación” ¹²

Monseñor Claudio María Celli, en el artículo “Los nuevos Mas Media al servicio de la Evangelización”, cita al papa Benedito XVI para reflexionar sobre el modo como ha de actuar la Iglesia en el continente digital. El papa hace una invitación para realizar una diaconía de la cultura en el actual continente digital: promover una cultura de respeto de la dignidad y del valor de la persona humana, un diálogo enraizado en la búsqueda sincera de la verdad, de la amistad, capaz de desarrollar los dones de cada uno para ponerlos al servicio de la comunidad humana¹³. Vivir estos valores en un mundo donde se crean corrientes de conocimiento, valores/antivalores, símbolos compartidos, acuerdos sociales que abren nuevos territorios de misión, es un deber.

Además, el papa Benedicto XVI hace una invitación a los sacerdotes, invitación que también es para los religiosos: Anunciar a Cristo en la pastoral de presencia y en las autopistas digitales. De igual manera, Monseñor Claudio María Celli, dice que no existe oposición entre lo real y lo virtual. El trabajo pastoral que incluye la comunicación de presencia y la que se lleva a cabo a través de los medios no se opone, sino que se complementa. En la sociedad actual hacen falta las dos. Tanto en los espacios físicos como detrás de las pantallas hay personas de carne y hueso que necesitan a Dios. Allí donde están las personas, debe estar la Iglesia¹⁴, debe estar la vida consagrada para hacer presente el amor de Dios a los hombres que entrega a su Hijo amado para salvarnos. (Jn 3, 16)

5. LA BETHLEMTIA Y LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL

La Palabra hecha carne en Nuestra Señora de Belén nos lleva a considerar el “SI” de una sencilla mujer que irrumpe en la historia para hacer posible que esta Palabra salve a los hombres. San Lucas, en el capítulo 1, expone algunas características del asentimiento de la Virgen. Un Fiat en el que el primer paso es la escucha de la palabra, disposición que permite al ángel comunicar a María su mensaje. Después la palabra es acogida: María la interioriza, la hace suya, la guarda en el corazón y enseña a comunicarla a los hermanos¹⁵. Como Dios necesitó de María, así también necesita a la Bethlemita para que de su boca y de su corazón brote un ‘sí’ generoso que permita continuar el plan de salvación trazado por Él desde el principio.

¹¹ Ib., pág. 12

¹² Marcos 16, 15

¹³ Cfr. ALDAY, Jesús María – “Conectados – Vida Consagrada y cultura digital”

¹⁴ ALDAY, Jesús María – “Conectados – Vida Consagrada y cultura digital”

¹⁵ Cfr.: Constituciones n. 8

En la dinámica de la comunicación de la bethlemita, el “SI” juega un papel de vital importancia. El “Si” que en la consagración religiosa¹⁶ se le ofreció a Dios y que se renueva cada día, se constituye en la fuerza que anima la misión que no es otra que comunicar al mundo la Buena Nueva de la salvación que incluye un mensaje revolucionario en contra de la injusticia, de la guerra, de la opresión y de todo aquello que atente contra la dignidad humana. Los medios que presenta la era digital se constituyen en instrumento para el encargo recibido no sólo de informar al mundo lo que se ha visto y lo que se ha oído, sino también para comunicar la experiencia que se ha tenido en la vida comunitaria, en la vivencia amorosa de los votos, en la misión apostólica.

La Bethlemita comprometida en la dinámica de comunicar el mensaje a los hermanos debe matricularse en la escuela que la hará apta para esta tarea. “Belén” es el escenario más indicado para ver, oír, aprender y experimentar la comunicación que ha de realizar. “Belén” escenario de contemplación, de silencio, de palabra, de comunicación.

Como escenario para contemplar lo que se ve y lo que se oye, se encuentra la creación entera, detenida en el misterio que representa la presencia de Dios entre los hombres custodiada por María y por José; se presta atención a la voz del ángel, (Lucas 2, 10), a la voz de los pastores, (Lucas 2, 15) a la voz de los magos, (Mateo 2, 2) a la voz del silencio que envuelve el misterio de amor entre Jesús, José y María y como último a la voz de Herodes (Mateo 2, 8) que alerta para cambiar el camino cuando éste no conduce al encargo recibido por Dios. Como escenario para aprender, están latentes unas de las virtudes que se han de vivir: la pobreza y la humildad, que despojan totalmente al hombre de sus pertenencias, de sus seguridades, de sus cadenas.

Como escenario de comunicación, trasmite lo que se ha contemplado, lo que se ha oído, lo que se ha visto. Esta comunicación proyecta la vivencia de todo aquello que se ha aprendido, una vivencia que al comunicarla impacta el corazón de quien la recibe y lo compromete en la misma acción evangelizadora. Una comunicación que invita a usar los medios para llegar a todos. La noticia del Nacimiento del Señor llegó a todos los hombres, a los pobres, a los intelectuales, a los sabios, a los reyes. Así ha de ser el acto comunicativo de la Bethlemita, a todos los hombres y para todos los hombres desde la experiencia carismática vivida por ella.

Que unos reciban el mensaje y lo silencien, que otros lo evadan y que otros lo tomen para agredir como lo hizo Herodes, no debe ser motivo para dejar de comunicar, siempre habrá un ser humano necesitado de la Palabra, necesitado de una ayuda para crecer como persona, necesitado de un impulso para salir de la postración que produce la ignorancia. “Así como el profeta Isaías llegó a imaginar una casa de oración para todos los pueblos (Is. 56,7) quizá sea posible imaginar que podamos abrir en la red un espacio como el patio de los gentiles del templo de Jerusalén, también para aquellos para quienes Dios sigue siendo un desconocido”¹⁷.

Por esta razón, es necesario que la comunicación y la presencia Bethlemita en la Red, sea significativa; para lograrlo, es necesario fortalecer los espacios donde más incide la era digital:

En primer lugar, la formación. El concilio Vaticano II en el Decreto Perfectae Caritatis, refiriéndose a la formación de los religiosos dice: “La adecuada renovación de los institutos

¹⁶ Cfr.: Constituciones n. 110: Fórmula de profesión.

¹⁷ ALDAY, Jesús María – “Conectados – Vida Consagrada y cultura digital” Cita a Benedicto XVI

depende en grado máximo de la formación de sus miembros”¹⁸ Desde este concilio ya se contempla la formación del religioso, no sólo en lo espiritual y doctrinal, sino también en la parte técnica. En esta era y cultura digital, la formación es una urgencia apremiante que cada Bethlehemita y comunidad debe asumir. Internet ofrece la oportunidad para esta formación. ¿Cómo utilizar la Red para la formación? Es la pregunta clave a la hora de entrar en ella. Se ha de acceder con criterios evangélicos que exigen el discernimiento y la responsabilidad propia de quien quiere formarse para responder con eficacia a la vocación recibida.

El segundo lugar sitúa a la vida comunitaria: La era virtual no puede remplazar el encanto del encuentro físico, el impacto de una mirada, de un abrazo, aún de un gesto de desaprobación. Esta era no sustituirá la fuerza y la gracia que trae consigo el compartir juntos. La exhortación *Verbum Domini* n. 113, afirma que el mundo virtual nunca podrá remplazar al mundo real y que la evangelización podrá aprovechar la realidad virtual que ofrecen los nuevos medios para establecer relaciones significativas, sólo si llega el contacto personal, que sigue siendo insustituible.

De igual manera, en la Jornada de las comunicaciones sociales del 2009, el papa Benedicto XVI plantea que las relaciones virtuales no podrán sustituir las relaciones de presencia. ¿Quién es el prójimo en este nuevo mundo? ¿Existe el peligro de estar menos presentes respecto a quienes encontramos en nuestra vida cotidiana? Es importante recordar que el contacto virtual no puede ni debe sustituir el contacto humano directo con las personas en todos los niveles de la vida¹⁹ Así que, cultivar la comunicación de presencia, es una tarea que ayuda a incrementar el diálogo y una actitud de apertura hacia el otro; a salir del yo, para entrar en la cultura de la solidaridad, la única cultura comunicativa que humaniza y salva. La única capaz de conducirnos a la excelencia humana²⁰.

Por lo tanto, es necesario fortalecer la experiencia fraterna, en el contacto con la comunidad, en la cercanía a la hermana y en la construcción del nosotros. En un mundo tecnificado donde impera el individualismo y hedonismo es indispensable que el nosotros sea la herramienta que comunique la esencialidad del ser. Es necesario empeñarse en vivir la fraternidad que emana del encuentro con el Señor Jesucristo, generando religiosas felices, libres de ataduras, identificadas con el carisma, comprometidas y preparadas para impactar al mundo con un modo de vida que haga exclamar: mirad cómo se aman²¹.

En este camino, no se puede desconocer la ayuda que dan los medios de comunicación para fortalecer los lazos de amistad entre las comunidades y provincias. No es lo mismo imaginar a una hermana de otra provincia que lograr contactarnos con ella, saber ¿qué piensa? ¿Qué hace? ¿Cómo podría ayudar en determinada situación? Qué bueno sería que todas pudiésemos conocernos, acercarnos, enriquecernos mutuamente; la página Web, ya conocida por todas, nos proporciona estos beneficios.

¹⁸ Vaticano II, Decreto “*Perfectae caritatis*”, sobre la adecuada renovación de la vida religiosa. N. 18

¹⁹ Cfr.: LYNCH, Jonah, en su libro “El perfume de los limones” cita a Benedicto XVI. Mensaje para la XLV Jornada de las Comunicaciones Sociales, enero 24 de 2011

²⁰ Cfr.: RUBIO Fernández Juan, “Evangelizar en el planeta digital” Cómo hacer significativa nuestra presencia en Internet. Editorial PPC. S.A. 2013

²¹ Hechos 4, 32: La multitud de los creyentes no tenía sino un solo corazón y una sola alma. Nadie llamaba suyos a sus bienes, sino que todo era en común entre ellos.

En tercer lugar, ubico la misión apostólica. La cultura digital ofrece válidas e interesantes herramientas para mejorar la misión en las acciones apostólicas que realiza la Congregación, en la educación, en las obras de promoción y asistencia social, en la promoción y animación de la comunidad en misiones y parroquias, como lo dicen nuestras Constituciones en el numeral 85b, y en el campo de la salud. Estas herramientas aprovechadas al máximo harán más significativa, actualizada y solidaria la misión Bethlemita.

En este sentido, algunas obras apostólicas ya tienen la página Web, y cuentan con instrumentos que favorecen la comunicación interna de la comunidad educativa. Además, a nivel general se ha creado la página Web y la Intranet, herramienta de orden privativo que da razón de los archivos referentes a las acciones realizadas por el gobierno general en el sexenio 2007- 2013. Estos primeros pasos son acciones importantes y necesarias, pero hay que extender el radio de acción en la Congregación, para que las oportunidades que ofrece la era digital nos acerquen y enriquezcan más, especialmente para que nos conduzcan hacia un nosotros.

Ante esta puerta abierta por la era digital, hace más de dos décadas, es oportuno reflexionar sobre el camino recorrido en nuestro Instituto. ¿Qué impacto ha tenido esta nueva cultura en la vida personal y comunitaria de la Bethlemita? ¿Qué le ha aportado a su misión?

En una encuesta realizada a cuarenta y seis hermanas de diferentes edades, de las cinco provincias, en diversos frentes apostólicos, pude concluir que hay claridad, en un alto porcentaje, de lo que implica esta nueva cultura, lo que son los medios de comunicación, el impacto que ha generado en la vida comunitaria y apostólica, y la necesidad de crear un instrumento que regule y oriente el uso de los medios de comunicación.

El numeral 23b de las Constituciones dice: “Las hermanas deben usar los medios de comunicación con prudencia, responsabilidad y sentido crítico. Evitarán lo que no es conforme a las exigencias austeras de su total consagración a Dios”. El “deber” y el “evitar” son dos acciones que es necesario comprender en este contexto digital compuesto por desafíos y retos que exigen de la bethlemita espíritu de sacrificio y discernimiento.

El “deber” nos habla de la necesidad de una acción por respeto a la ley. El filósofo, alemán, Imanuel Kant, afirma que el deber es la única norma de virtud, la única motivación moral; es el deber por el propio deber. Las acciones hechas por deber se hacen con independencia de su relación con nuestra felicidad o desdicha, y con independencia de la felicidad o desdicha de las personas queridas por nosotros, se hacen porque la conciencia moral nos dicta que deben ser hechas.²² Por lo tanto, el uso de los medios de comunicación con prudencia, responsabilidad y sentido crítico como lo dicen las Constituciones, es un deber moral-ético, dictado por la conciencia como una obligación, en virtud de lo que significa para la bethlemita la consagración total a Dios; es un deber que se concretiza en un testimonio de vida.

La acción “evitar”, nos remite a la necesidad de hacer un discernimiento sobre lo que debemos tomar o dejar; evadir lo que represente algún peligro o amenaza; tener la sana cautela para huir a tiempo de aquello que puede empobrecer o debilitar la vivencia de los votos.

²² <http://www.monografias.com/trabajos5/kant/kant.shtml#querer>

En las encuestas realizadas, se evidencia, que tanto el deber como el evitar del que nos habla el numeral 23b de las Constituciones, no ha sido considerado por algunas hermanas; el celular y el computador son mal utilizados; así que, se pone en riesgo la propia vocación, y se crean obstáculos que impiden la construcción de la vida fraterna y de la misión apostólica.

Ante esta situación, resulta valioso crear el instrumento que piden las hermanas encuestadas para regular el uso de los medios de comunicación; dejando siempre en claro que cuando se ama la consagración que se ha hecho a Dios y se vive unida a Él, este amor es el que regula el ser y el hacer, y hace que todo se ilumine desde esta adhesión.

6. CONCLUSIÓN

Para terminar la reflexión sobre “la comunicación en la era digital: un reto un compromiso”, se puede concluir que, comunicar en la era digital a más de comprometer a la persona le exige una preparación adecuada no sólo de su corazón y de su espíritu, preparación que se da por hecho en una religiosa Bethlemita, sino también preparación en las destrezas que debe desarrollar para que este modo de ser que impone la cultura digital no la tome por sorpresa y pueda ser y aparecer como una persona segura, con las herramientas necesarias que le permitan evangelizar en la tecnología, y no terminar sometida a ella. La comunicación auténtica se constituye en un don. Saber comunicar es una meta que hay que alcanzar, es una participación en el misterio de Dios que es comunicación. Es relación, es capacidad de asociación y actividad comunitaria, es la vida en camino²³.

La historia de la salvación narra y documenta la comunicación de Dios con el hombre, comunicación que utiliza todas las formas y modalidades del comunicar²⁴. Ante esta novedad es urgente involucrarse en el acto comunicativo. Por lo tanto, hay que ponerse en camino. Un camino que requiere de esfuerzo, responsabilidad y constancia. Un camino que se inicia con la fuerza y la confianza que da el encuentro con Dios. Un camino que se continúa con la certeza de la presencia Divina: “Y he aquí que yo estoy con vosotros hasta el fin del mundo” (Mt. 28, 20b)

²³ RUBIO Fernández Juan, “Evangelizar en el planeta digital” Cómo hacer significativa nuestra presencia en Internet. Editorial PPC. S.A. 2013 – Artículo “Hacia una cultura de la comunicación” de Filomeno Lopez, periodista de radio Vaticana.

²⁴ Juan Pablo II – Carta Apostólica a los responsables de las comunicaciones sociales, 2005, pág. 11