

Habitar el continente digital: cultura mediática, testimonio y formación del ministerio ordenado

Living in the digital world: media culture, witness and the formation of ordained ministry

Miguel Lopes-Neto

Párroco de Tavira. Diócesis del Algarve

miguel.lopes@alu.uhu.es

<https://orcid.org/0000-0003-0211-344X>

Resumen

La recepción eclesial de la revolución digital ha recorrido en seis décadas un itinerario que va del *medio* a la *cultura*, de la *cultura* al *ambiente* y del *ambiente* al *lugar teológico y pastoral*. Este artículo sostiene que dicho itinerario, ya maduro en el Magisterio, no ha encontrado todavía una traducción correlativa en la formación del ministerio ordenado, y que esa asimetría constituye un déficit de inculturación con consecuencias eclesiológicas precisas: desplazamiento de las mediaciones, reconfiguración de la autoridad religiosa y debilitamiento de la dimensión comunitaria de la fe. A partir de ahí se propone comprender la competencia mediática no como destreza auxiliar, sino como dimensión integrante del *munus* ministerial, articulada teológicamente en torno a la categoría de testimonio y organizada, en clave formativa, en los ámbitos de conocimiento, comprensión y expresión. La reflexión se apoya en el análisis del Magisterio pontificio y sinodal, en la teología de la comunicación de Spadaro y en los estudios de mediatización religiosa, y toma como referencia el contexto portugués.

Palabras clave: teología de la comunicación; cultura digital; competencia mediática; formación presbiteral; testimonio; sinodalidad; Inteligencia artificial.

Abstract

Over the past six decades, the Church's response to the digital revolution has followed a path leading from the medium to culture, from culture to

the environment, and from the environment to the theological and pastoral sphere. This article argues that this journey, now well-established in the Magisterium, has not yet found a corresponding reflection in the formation of ordained ministry, and that this asymmetry constitutes a deficit in inculturation with specific ecclesiological consequences: a shift in forms of mediation, a reconfiguration of religious authority, and a weakening of the communal dimension of faith. On this basis, the article proposes understanding media competence not as an auxiliary skill, but as an integral dimension of the ministerial munus, theologically articulated around the category of witness and organised, in terms of formation, within the spheres of knowledge, understanding and expression. This reflection draws on an analysis of the papal and synodal Magisterium, Spadaro's theology of communication and studies on the mediatisation of religion, and takes the Portuguese context as its point of reference.

Key words: theology of communication; digital culture; media literacy; priestly formation; witness; synodality; artificial intelligence.

Plantamiento

Gaudium et spes señala que «las nuevas condiciones influyen también en la vida religiosa»¹. La afirmación, formulada ante las transformaciones industriales y urbanas de mediados del siglo XX, admite hoy una aplicación que el Concilio no podía prever pero que su lógica autoriza: si las condiciones históricas afectan al modo de creer, entonces una mutación tan profunda como la digitalización de la experiencia humana no puede quedar reducida a un problema de medios.

La tesis de estas páginas es doble. primero: el Magisterio católico ha completado, en lo sustancial, el recorrido que conduce de considerar el mundo digital como *instrumento* a reconocerlo como *lugar teológico y pastoral*. Ese reconocimiento está hoy explícitamente formulado². Segundo —y aquí radica la aportación propia de este trabajo—: ese recorrido doctrinal no ha tenido una traducción equivalente en los itinerarios formativos del clero, de manera que subsiste una asimetría entre lo que la Iglesia afirma del ambiente digital y lo que efectivamente capacita a sus ministros para habitarlo. Sostengo que dicha asimetría no es una laguna técnica, sino un déficit de inculturación, y que su corrección exige comprender la competencia mediática como dimensión constitutiva del ministerio, no como añadida pastoral facultativa.

El argumento se articula en cinco pasos: (1) el itinerario magistral; (2) las consecuencias eclesiológicas del nuevo régimen de mediación; (3) la centralidad teológica del testimonio y sus límites sacramentales; (4) la propuesta formativa y (5) las objeciones que conviene afrontar.

Una precisión metodológica: este artículo desarrolla la dimensión teológica de una investigación más amplia del autor, que incluyó un estudio empírico sobre el clero católico portugués. No se reproducen aquí los datos ni el instrumento; se recogen únicamente aquellas constataciones que resultan pertinentes para el argumento teológico, remitiendo a las publicaciones donde han sido expuestas³.

¹ Concilio Vaticano II, Constitución pastoral *Gaudium et spes*. 1965, n. 7

² Grupo de Estudio n.º 3. *La misión en el ambiente digital: Informe final*. Ciudad del Vaticano: Secretaría General del Sínodo, 2026.

³ Lopes-Neto, Miguel. “Os católicos e redes sociais: Competências digitais para uma vivência judaico-cristã no digital. O caso do clero português”. Tesis doctoral, Universidad de

Tres umbrales para una recepción teológica

Conviene evitar dos lecturas simplificadoras del Magisterio sobre la comunicación: la que lo presenta como una sucesión de exhortaciones genéricas al «buen uso» y la que supone un progreso lineal desde la desconfianza al entusiasmo. Lo que se observa, más bien, es el cruce de tres umbrales, cada uno de los cuales asume y reconfigura el anterior.

Primer umbral: del medio a la cultura

Inter mirifica inauguró la atención conciliar a los «instrumentos de comunicación social», y *Communio et Progressio* desarrolló una teología de la comunicación de notable densidad, al leer la comunicación humana desde la comunión trinitaria⁴. Pero el desplazamiento decisivo se produce cuando el objeto de atención deja de ser el instrumento y pasa a ser la cultura que este genera. *Redemptoris missio* lo formula con precisión difícilmente superable: es necesario integrar el mensaje en esta «nueva cultura» creada por las modernas comunicaciones, cultura que nace «menos de los contenidos que del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar, con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevas actitudes psicológicas»⁵. La expresión «primer arcótipo del tiempo moderno», retomada por *Aetatis novae*, consagra la comunicación como espacio de anuncio y no como mero canal⁶.

Interesa subrayar la naturaleza del argumento: no es sociológico sino misiológico. Si la comunicación genera cultura, y si no hay evangelización sin inculturación, entonces la comunicación reclama el mismo tratamiento teológico que cualquier otra cultura: conocimiento previo, discernimiento, encarnación del anuncio en sus lenguajes propios.

Huelva, 2026.

⁴ Concilio Vaticano II. *Inter mirifica*: Decreto sobre los medios de comunicación social . 4 de diciembre de 1963. Santa Sede; Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social. *Communio et Progressio*: Instrucción pastoral sobre los medios de comunicación social . 23 de mayo de 1971. Santa Sede.

⁵ Juan Pablo II. *Redemptoris missio*: Carta encíclica sobre la permanente validez del misionero mandato . 7 de diciembre de 1990. Santa Sede.

⁶ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. *Aetatis novae*: Instrucción pastoral sobre las comunicaciones sociales en el vigésimo aniversario de *Communio et progressio*. 22 de febrero de 1992. Santa Sede.

Segundo umbral: de la cultura al ambiente

El segundo umbral se cruza cuando el mundo digital deja de ser algo que se estudia y pasa a ser algo que se habita. Juan Pablo II comparó internet con los antiguos foros romanos —donde se exponía lo mejor y lo peor de la naturaleza humana y donde la cultura se generaba y difundía— y condicionó su fecundidad evangelizadora a un uso «con competencia y clara conciencia de sus fuerzas y debilidades»⁷. Del mismo pontífice proviene una advertencia cuya densidad teológica merece ser retenida: los seres humanos «tienen necesidad vital del tiempo y del silencio interior», pues «la comprensión y la sabiduría son fruto de una mirada contemplativa del mundo y no derivan de una simple acumulación de datos»⁸. Es notable que esta advertencia anticipa, desde una antropología teológica y dos décadas antes, lo que la crítica filosófica conceptualizaría después como fatiga informativa y como distinción entre información y conocimiento⁹.

La Iglesia e internet (2002) traduce esta conciencia en dos peticiones concretas que constituyen, a mi juicio, el precedente más directo de lo que aquí se propone: la incorporación de estos contenidos a la formación de los futuros sacerdotes y la «elaboración de una antropología y una verdadera teología de la comunicación con referencia específica a internet»¹⁰. El mismo documento observa que el carácter interactivo y bilateral de la red «ofusca la antigua distinción entre quienes comunican y los destinatarios de la comunicación» y advierte que, en este terreno, «no es aceptable vacilar tímidamente por miedo a la tecnología»¹¹.

Con Benedicto XVI el acento se traslada del análisis cultural al modo de estar. Las redes sociales aparecen como «nueva ágora», plaza pública y abierta

⁷ Juan Pablo II. *Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio. Mensaje para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. 24 de enero de 2002. Santa Sede.

⁸ *Ibid*

⁹ Mayer, Luis. “Fatiga informativa o la nueva enfermedad de la era digital.” *Ética*, 12 de abril de 2017. <https://ethic.es/2017/04/fatiga-informativa-era-digital/>.

¹⁰ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. *La Iglesia e Internet*. 22 de febrero de 2002. Ciudad del Vaticano: Santa Sede.

¹¹ *Ibid*

donde nacen relaciones y formas de comunidad¹²; y se declara superada la concepción de internet como «espacio a ocupar»¹³. Dos categorías estructuran este momento. La autenticidad: en las redes «no se comparten solo ideas e información, sino que, en última instancia, la persona se comunica a sí misma», de modo que la cuestión afecta «no solo a la rectitud del propio actuar, sino también a la autenticidad del propio ser»¹⁴. Y el testimonio, que exige «un estilo cristiano de presencia también en el mundo digital», honesto, abierto, responsable y respetuoso¹⁵. A ello se añade una observación cuya lucidez conviene destacar en la cultura de las redes el significado y la eficacia de las formas de expresión «parecen determinados más por su popularidad que por su importancia intrínseca y validez», y esa popularidad se vincula más «con la celebridad o con estrategias de persuasión que con la lógica de la argumentación»¹⁶. El Magisterio identifica así, en clave pastoral, un problema que la investigación posterior sobre influencia religiosa digital documentará ampliamente.

Es también en este segundo umbral donde aparece la formulación más explícita sobre el ministerio ordenado: al sacerdote se le pide que, en la red, más que la mano del operador de medios, haga transparente «su corazón de consagrado», y que la competencia para ello sea «adquirida ya en el período de formación»¹⁷.

¹² Benedicto XVI. *Redes Sociales: portales de verdad y de fe, nuevos espacios para la evangelización. Mensaje para la XLVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 12 de mayo de 2013. Santa Sede.*

¹³ 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, *La Santa Sede*.

¹⁴ Benedicto XVI, *Redes sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización. Mensaje para la XLVII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 12 de mayo de 2013. La Santa Sede.*

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ 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, *La Santa Sede*.

Tercer umbral: del ambiente al lugar teológico

El tercer umbral es el más reciente y el que sostiene la argumentación de este artículo.

El Documento final del Sínodo de 2018 afirmó que «el ambiente digital no es un mundo paralelo o puramente virtual, sino que forma parte de la realidad cotidiana de muchos, especialmente de los más jóvenes», y lo presentó como una cultura ampliamente digitalizada que transforma la percepción del tiempo, del espacio y de las relaciones¹⁸. Posteriormente, el *Instrumentum laboris* de 2024 señaló que el lugar ya no puede entenderse únicamente en términos geográficos, sino también como «la pertenencia a una red de ya una cultura con un anclaje territorial más dinámico y elástico que en el pasado»¹⁹. Desde esta perspectiva, el entorno digital puede interpretarse como un lugar de relevancia teológica y pastoral.

En este umbral se articula, además, un doble discernimiento, alejado tanto del entusiasmo crítico como de la condena indiscriminada: junto con sus riesgos, la cultura digital ofrece un notable potencial misionero y constituye una oportunidad para el diálogo, el encuentro y la participación²⁰. También puede favorecer la participación de los jóvenes, el acercamiento entre generaciones y la inclusión de personas con discapacidad o socialmente marginadas²¹. Finalmente, abre caminos para el diálogo entre personas de distintos países, culturas y religiones, y permite crear redes de colaboración

¹⁸ Sínodo de los Obispos, «Documento final de la XV Asamblea General Ordinaria: Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional», 27 de octubre de 2018, n.º 21, *La Santa Sede*.

¹⁹ Secretaría General del Sínodo, *Instrumentum laboris para la segunda sesión de la XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos*, 9 de julio de 2024, n.º 82,

²⁰ Sínodo de los Obispos, «Documento final de la XV Asamblea General Ordinaria: Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional», 27 de octubre de 2018, nn. 22–24 y 145, *La Santa Sede*.

²¹ Secretaría General del Sínodo, «Documento final del Sínodo digital de la etapa continental», en *El proceso sinodal: documentos* (2023), 245–50, especialmente 250.

orientadas a la solidaridad, la justicia, los derechos humanos y el cuidado de la creación²².

Del lado de los riesgos se encuentran la brecha digital, la desinformación, las *deepfakes*, la polarización, las burbujas algorítmicas y el denominado «tribalismo digital»²³. A ello se suma una significativa autocrítica institucional: el Dicasterio para la Comunicación reconoce que «los ejemplos de interacción fiel y creativa [...] abundan» y que el testimonio de comunidades e individuos alcanza, en ocasiones, una presencia «más difusiva que la Iglesia institucional». Al mismo tiempo, los documentos sinodales constatan que la evangelización en las redes se realiza frecuentemente sin el acompañamiento, la formación y la orientación necesarias, por lo que reclaman reconocimiento y apoyo eclesial para quienes actúan como misioneros digitales²⁴.

Antiqua et nova completa el cuadro al situar la inteligencia artificial en el centro de un «cambio de época» y exigir que el desarrollo tecnológico esté al servicio de la persona y contribuya a alcanzar «más justicia, mayor fraternidad y un más humano planteamiento en los problemas sociales». En el ámbito educativo, el documento sostiene que la formación para el uso de la inteligencia artificial debería centrarse, sobre todo, en promover el pensamiento crítico²⁵. Su análisis de las *deepfakes* añade una precisión antropológica relevante: aunque las imágenes o los vídeos sean artificiales, «los daños que causan son reales» y dejan «profundas cicatrices en el corazón de quienes lo sufren»²⁶. El corolario es inequívoco: «Combatir las falsificacio-

²² Sínodo de los Obispos. «Documento final de la XV Asamblea General Ordinaria: Los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional». 27 de octubre de 2018. *La Santa Sede*.

²³ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*, 28 de mayo de 2023, nn. 12, 14–16, 19 y 55, *La Santa Sede*.

²⁴ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, n. 2; Secretaría General del Sínodo, «Documento final del Sínodo digital de la etapa continental», en *El proceso sinodal: documentos*. Ciudad del Vaticano: Secretaría General del Sínodo, 2023, 266–67,

²⁵ Dicasterio para la Doctrina de la Fe y Dicasterio para la Cultura y la Educación, *Antiqua et nova: Nota sobre la relación entre la inteligencia artificial y la inteligencia humana*, 28 de enero de 2025, nn. 4, 38 y 82, *La Santa Sede*.

²⁶ Dicasterio para la Doctrina de la Fe y Dicasterio para la Cultura y la Educación, *Antiqua et nova*, n. 87

nes alimentadas por la IA no es sólo trabajo de los expertos en la materia, sino que requiere los esfuerzos de todas las personas de buena voluntad»²⁷.

Tres intervenciones recientes confirman esta dirección. En su mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2025, Francisco propone una comunicación capaz de «hablar al corazón» y de hacernos «compañeros de camino» de los demás, al tiempo que advierte sobre las «enfermedades» del protagonismo y de la autorreferencialidad²⁸. Por su parte, León XIV, en su primer discurso a los representantes de los medios de comunicación, afirma que «la comunicación [...] no es sólo transmisión de informaciones, sino creación de una cultura, de ambientes humanos y digitales que sean espacios de diálogo y de contraste», y señala que el inmenso potencial de la inteligencia artificial requiere «responsabilidad y discernimiento» para ser orientado al bien de todos. En una intervención anterior ante el Colegio Cardenalicio, explicó, además, que la elección de su nombre pontificio responde principalmente a la necesidad de recurrir al patrimonio de la doctrina social de la Iglesia para afrontar «otra revolución industrial» y los nuevos desafíos planteados por la inteligencia artificial²⁹.

Tras estos tres umbrales, la doctrina disponible es suficiente para afirmar que el mundo digital es cultura, es ambiente y es lugar teológico; su habitación exige competencia; esa competencia debe adquirirse en la formación. Lo que falta no es doctrina, sino recepción formativa.

Mediaciones desplazadas: consecuencias eclesiológicas

El paso de una lógica de *difusión* a una lógica de *red* no es solo un cambio técnico: afecta a la estructura misma de la mediación eclesial. Señalo tres consecuencias que considera teológicamente relevantes y que la reflexión pastoral no siempre ha tematizado con suficiente claridad.

²⁷ Dicasterio para la Doctrina de la Fe y Dicasterio para la Cultura y la Educación, *Antiqua et nova*, n. 89

²⁸ Francisco, «Compartan con mansedumbre la esperanza que hay en sus corazones (cf. 1 P 3,15-16)», mensaje para la LIX Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2025, *La Santa Sede*.

²⁹ León XIV, «Discurso a los representantes de los medios de comunicación», 12 de mayo de 2025, *La Santa Sede*.

La reconfiguración de la autoridad

En un modelo predominantemente vertical, la autoridad comunicativa del ministro se apoyaba en una relación asimétrica, vinculada tanto a su posición institucional como a su acceso especializado al saber religioso. La comunicación en red no suprime esa autoridad, pero la inserta en un entorno de fuentes múltiples, acceso ampliado e interacción pública, en el que sus interpretaciones pueden ser comparadas, discutidas o impugnadas³⁰. La investigación sobre autoridad religiosa digital muestra, por ello, un proceso ambivalente: las fuentes tradicionales de autoridad epistémica pueden ser amplificadas o deslegitimadas por el uso de internet, mientras que las competencias comunicativas y la capacidad de orientar entre saberes fragmentados pueden reforzar la legitimidad del clero³¹. En las plataformas, la autoridad no deriva únicamente del oficio, sino que también se construye de manera performativa y relacional mediante formas de presencia, cercanía, credibilidad e interacción. Los seguidores no se limitan a recibir el mensaje: mediante sus respuestas y prácticas de circulación contribuyen a reconocer, reforzar, disputar o debilitar la autoridad comunicativa de quien lo emite³².

En este contexto emerge lo que Sbardelotto denomina «celebrización clerical»: un proceso por el cual determinados ministros adquieren la condición de celebridades digitales y someten progresivamente su presencia pública a las exigencias de visibilidad, continuidad y reconocimiento propias de las plataformas³³. La búsqueda de alcance no desvirtúa necesariamente el anun-

³⁰ Pauline Hope Cheong, Shirlena Huang y Jessie PH Poon, “Comunicación religiosa y autoridad epistémica de los líderes en organizaciones religiosas conectadas a internet”, *Journal of Communication* 61, n.º 5 (2011): 938–40, 952–54, doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01579.x; Heidi A. Campbell, “¿Quién tiene el poder? Autoridad religiosa e internet”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, n.º 3 (2007): 1043–62, doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x.

³¹ Cheong, Huang y Poon, “Comunicación religiosa y autoridad epistémica”, 950–54; Pauline Hope Cheong, “Autoridad religiosa y marca en las redes sociales en una cultura de celebrificación religiosa”, en *The Media and Religious Authority*, ed. Stewart M. Hoover (University Park, PA: Pennsylvania State University Press, 2016), 81–104, especialmente 83–85 y 99–101.

³² Cheong, “Autoridad religiosa y marca en las redes sociales”, 84–86, 99–101; Harry Febrian, “Visualizando la autoridad: el auge de los influencers religiosos en Instagram”, *Social Media + Society* 10, n.º 4 (2024): 1–14, doi: 10.1177/20563051241286850.

³³ Moisés Sbardelotto, “Celebrização clerical e teologia da levianização: uma análise comunicacional pastoral da influência digital religiosa”, *Teocomunicação* 54, n.º 1 (2024): 2–4,

cio, pero puede invertir sus prioridades cuando la relevancia algorítmica se convierte en criterio dominante y favorece contenidos simplificados, personalistas, conflictivos o sensacionalistas, a veces caracterizados por una fuerte apelación moral y regulatoria.

La tipología propuesta por Sbardelotto permite ordenar esta diversidad mediante tres ejes —devocional/politizado, apologético/conciliar y personalista/comunitario— que no constituyen categorías excluyentes, sino polaridades combinables dentro de un mismo perfil o incluso de una misma publicación³⁴. Más que clasificar definitivamente a los actores, esta herramienta hace visible la pluralidad de orientaciones teológicas, políticas y eclesiológicas que atraviesan el catolicismo digital. En algunos casos, la descalificación agresiva de las autoridades eclesiales y del magisterio pontificio —particularmente del papa Francisco en el periodo estudiado— favorece la formación de «burbujas eclesiales» y de un «magisterio paralelo», desplazando en la práctica el reconocimiento de las instancias institucionales y erosionando la comunión eclesial³⁵.

Esta constatación no debería suscitar una reacción meramente defensiva. La respuesta teológicamente adecuada no consiste en intentar restaurar un monopolio de la palabra incompatible con la comunicación en red, sino en formar al ministro como testigo competente: alguien cuya autoridad ministerial procede del oficio recibido, pero cuya credibilidad comunicativa debe acreditarse también mediante la coherencia de vida, la solidez teológica, la competencia mediática, la escucha y la inserción efectiva en la comunión eclesial. Su palabra no pretende imponerse por la exclusividad de la emisión ni competir por la atención, sino remitir a Cristo, servir al discernimiento comunitario y convertirse en signo fiable del Evangelio³⁶.

11–15, doi: 10.15448/0103-314X.2024.1.45437; Aline Amaro da Silva, “A missão evangelizadora da Igreja em tempos de padres influenciadores”, *Teocomunicação* 54, n.º 1 (2024): 6–8, doi: 10.15448/0103-314X.2024.1.46360.

³⁴ Sbardelotto, “Celebrização clerical”, 4–6. El propio autor presenta la clasificación como una «tipología (em construção)» compuesta por tres ejes de polaridades no excluyentes.

³⁵ Sbardelotto, “Celebrização clerical”, 4–5, 14–15; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*, 28 de mayo de 2023, nn. 19, 56, 67–68 y 76.

³⁶ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, nn. 64–79, especialmente 66–68 y 76–79; Benedicto XVI, “Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital”,

La deriva individualista de la experiencia religiosa

La reconfiguración descrita por Sbardelotto —del «catolicismo de masas» al «catolicismo de multi-individuos conectados»— no supone una sustitución completa de la radiodifusión por la red, sino el paso hacia una ecología mediática más fragmentada, personalizada e interactiva. En ella, las plataformas y sus algoritmos pueden intensificar la individualización de la experiencia religiosa, al organizar la visibilidad de los contenidos según las preferencias, reacciones y hábitos de cada usuario³⁷.

El riesgo toca un aspecto central de la eclesiología: el cristianismo no es meramente una religión de individuos conectados por afinidades electivas, sino la forma histórica de un pueblo convocado por Dios y constituido en comunión³⁸. La mediación digital no impide por sí misma la formación de vínculos auténticos; puede incluso favorecer el encuentro, la solidaridad y la participación. El problema surge cuando la pertenencia eclesial adopta predominantemente la lógica de una oferta personalizada: cada individuo selecciona los contenidos, referentes y grupos que confirman sus preferencias y puede desvincularse de ellos con escasa fricción. En esas condiciones se debilitan dimensiones constitutivas de la comunidad como la permanencia, la responsabilidad recíproca, el encuentro con la diferencia y la disposición a dejarse transformar por los demás.

La distinción formulada por Bauman resulta aquí esclarecedora: mientras se pertenece a una comunidad, la red pertenece al individuo, que conserva la capacidad de configurar sus contactos y decidir unilateralmente cuáles mantiene o elimina³⁹. Esta diferencia no debe entenderse de manera absoluta,

mensaje para la XLV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2011; 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.

³⁷ Moisés Sbardelotto, “Revisitando o catolicismo midiático: das mídias católicas à midiatização da religião”, *Caminhos* 22, n.º 1 (2023): 116–131, especialmente 127–130; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*, 28 de mayo de 2023, nn. 14–16.

³⁸ Concilio Vaticano II, Constitución dogmática *Lumen gentium*, 21 de noviembre de 1964, nn. 4 y 9; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, nn. 45–60.

³⁹ Zygmunt Bauman, entrevista de Ricardo de Querol, “Las redes sociales son una trampa”, *El*

pero permite reconocer la tensión entre una conectividad controlada por el usuario y una pertenencia que exige compromiso, reciprocidad y negociación con la alteridad. Han radicaliza este diagnóstico al describir el desplazamiento del *socius* por el *solus*: la hiperconexión puede producir un enjambre de individuos aislados, incapaz de constituir un «nosotros» estable y de actuar en común⁴⁰.

La lógica «yy» frente a la lógica «oo»

La superación de la dicotomía entre interacción digital y encuentro presencial —expresada mediante el concepto de condición onlife— exige abandonar la oposición entre una esfera virtual supuestamente irreal y otra física considerada plenamente real⁴¹. Esto no significa borrar las diferencias entre ambas modalidades de presencia, sino comprenderlas como dimensiones interrelacionadas de una única vida personal y social. Desde esta perspectiva, el desafío pastoral no consiste en elegir entre lo digital y lo presencial, sino en articularlos de acuerdo con una lógica de complementariedad.

Diversas investigaciones han mostrado que, en términos generales, la sociabilidad en línea no sustituye necesariamente a la sociabilidad presencial. Con frecuencia, ambas se refuerzan: las personas con una vida relacional más intensa tienden también a utilizar Internet para mantener y ampliar sus vínculos, mientras que la comunicación digital puede prolongar relaciones surgidas fuera de la red⁴². Esta correlación, sin embargo, no debe interpre-

País, 9 de enero de 2016. Bauman afirma que se pertenece a una comunidad, mientras que la red pertenece al individuo, que conserva el control sobre la incorporación y eliminación de sus contactos.

⁴⁰ Byung-Chul Han, *En el enjambre*, trad. Raúl Gabás (Barcelona: Herder, 2014), 27–33.

⁴¹ Luciano Floridi, ed., *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era* (Cham: Springer, 2015), 1–13; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*, 28 de mayo de 2023, nn. 7 y 47.

⁴² Manuel Castells, *Communication Power*, 2.^a ed. (Oxford: Oxford University Press, 2013), xxviii; Lee Rainie y Barry Wellman, *Networked: The New Social Operating System* (Cambridge, MA: MIT Press, 2012); Barry Wellman, Anabel Quan Haase, James Witte y Keith Hampton, “¿Aumenta, disminuye o complementa Internet el capital social? Redes sociales, participación y

tarse como una ley universal ni como prueba de que toda interacción digital fortalezca automáticamente la vida comunitaria. Sus efectos dependen del tipo de uso, de las características de las plataformas, de la calidad de los vínculos y de las condiciones sociales de los usuarios.

En el ámbito eclesial, las relaciones establecidas en red pueden preparar, acompañar y prolongar el encuentro presencial; a su vez, las comunidades locales pueden proporcionar continuidad, corporeidad y responsabilidad compartida a los vínculos iniciados o sostenidos digitalmente⁴³. Se trata, por tanto, de una reciprocidad potencial que requiere orientación pastoral: las relaciones digitales fortalecen la comunidad cuando favorecen el encuentro, la participación y la acción común, en lugar de convertirse en sustitutos permanentes de la presencia y del compromiso comunitario.

Testimonio: categoría central y límite sacramental

Si lo digital no es solamente un conjunto de instrumentos, sino también un ambiente cultural y relacional habitado por personas, la presencia cristiana en él no puede reducirse a la difusión de contenidos: debe adoptar primordialmente la forma del testimonio. Esta perspectiva representa una evolución significativa de la reflexión eclesial sobre Internet. Juan Pablo II, aunque todavía lo describía como un medio capaz de ofrecer oportunidades para la evangelización, advirtió que las relaciones establecidas electrónicamente no pueden sustituir los contactos humanos directos, «necesarios para una auténtica evangelización, pues la evangelización depende siempre del testimonio personal del que ha sido enviado a evangelizar (cf. Rm 10,14-15)»⁴⁴. El anuncio digital, por tanto, no queda invalidado, pero debe remitir a una vida creyente concreta y abrirse a relaciones capaces de crecer en profundidad.

compromiso comunitario”, *American Behavioral Scientist* 45, n.º 3 (2001): 436–455.

⁴³ Mohan J. Dutta-Bergman, “Participación comunitaria y uso de Internet después del 11 de septiembre: complementariedad en el consumo de canales”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, n.º 2 (2006): 469–484; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, nn. 45–47 y 51–55.

⁴⁴ Juan Pablo II, «Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio», mensaje para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2002, nn. 3 y 5.

Spadaro ha formulado esta evolución mediante el paso de una comprensión meramente instrumental a otra ambiental y experiencial: Internet no sería simplemente una herramienta que se emplea desde fuera, sino un contexto existencial que se habita y en el que se vive también la fe. Mientras se reduzca la Red a su infraestructura técnica —cables, dispositivos y conexiones—, no se comprenderá su significado antropológico⁴⁵. Carbajo Núñez expresa una idea semejante al recordar que Internet no es solo un instrumento de transmisión ni un espacio virtual separado de la vida cotidiana, sino un ambiente habitado por comunidades de seres humanos «de carne y hueso»⁴⁶. En consecuencia, el testimonio no sustituye al anuncio ni a la comunicación de contenidos, sino que constituye el horizonte que les confiere credibilidad y sentido.

De esta perspectiva se deriva, en primer lugar, la extensión del testimonio a toda la presencia digital. El testimonio cristiano en la Red no se circunscribe a las publicaciones explícitamente religiosas. Como ha observado Fernando Nunes, a menudo pasa inadvertido el potencial evangelizador de las fotografías personales compartidas en las redes sociales⁴⁷. Más ampliamente, todo lo que se publica —imágenes, comentarios, reacciones y silencios— contribuye a configurar el rostro con el que el creyente se presenta ante los demás. También el modo de escuchar, discutir, corregir, disentir o abstenerse de intervenir puede convertirse en testimonio o contratestimonio. La coherencia digital es, por ello, una dimensión de la integridad de la vida cristiana y, en el caso de quienes ejercen una responsabilidad eclesial, de la integridad ministerial; no puede reducirse a una estrategia destinada a mejorar la eficacia comunicativa. Esta formulación coincide con la reflexión del Dicasterio para la Comunicación, según la cual la difusión de información y contenidos religiosos es necesaria, pero insuficiente: todo lo realizado «de palabra y de obra» debe llevar el signo del testimonio.

La segunda consecuencia es el límite sacramental, que debe afirmarse con igual claridad. Juan Pablo II sostuvo que Internet, aunque puede preparar y

⁴⁵ Antonio Spadaro, «Evangelizar en el tiempo de la Red», *Razón y Fe* 269, n.º 1386 (2014): 365–374, especialmente 366–367.

⁴⁶ Martín Carbajo Núñez, «El espectáculo de la intimidad: raíces históricas de la comunicación centrada en el yo», *El Ágora USB* 12, n.º 2 (2012): 499–534, especialmente 502.

⁴⁷ Fernando Nunes, «A Interface do Sagrado: como me comportar nas redes sociais?», *Vatican News*, 19 de julio de 2019.

sostener el itinerario de fe, no puede suplir la profunda experiencia de Dios que ofrece la vida litúrgica y sacramental de la Iglesia⁴⁸. Los pronunciamientos eclesiales posteriores reconocen el ambiente digital como un verdadero espacio de misión, encuentro y anuncio, pero señalan al mismo tiempo que la oración y la vida sacramental, por su propia naturaleza, no pueden reducirse a la esfera digital⁴⁹. Esto no significa negar el valor espiritual de una retransmisión litúrgica ni la posibilidad de que una relación mediada digitalmente conduzca a un encuentro auténtico con Dios y con los demás. Significa distinguir esa mediación de la celebración sacramental misma, constituida por la reunión eclesial, la acción ritual, los signos sensibles y la participación corporal.

Este límite no procede de un recelo ante la tecnología, sino de la lógica encarnatoria y sacramental de la fe cristiana: los sacramentos no solo comunican información religiosa, sino que realizan la santificación mediante palabras, acciones y realidades sensibles en el seno de una asamblea eclesial. La crítica filosófica al debilitamiento de la corporeidad, del rostro y de la reciprocidad de la mirada en determinadas formas de comunicación digital puede iluminar esta cuestión antropológica⁵⁰. No constituye, sin embargo, el fundamento de la doctrina sacramental ni debe asumirse como una descalificación general de las relaciones digitales. Su función es más limitada: recordar que la conexión técnica, aun siendo real y potencialmente significativa, no reproduce por sí sola todas las dimensiones corporales, simbólicas y comunitarias del encuentro humano.

⁴⁸ Juan Pablo II, «Internet: un nuevo foro», n. 3.

⁴⁹ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, 22 de febrero de 2002, n. 5; Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*, 28 de mayo de 2023, nn. 24 años 59–60; XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos, *Por una Iglesia sinodal: comunión, participación y misión. Documento final*, 26 de octubre de 2024, nn. 110 y 113–117. Para el fundamento litúrgico-sacramental, véase Concilio Vaticano II, constitución *Sacrosanctum Concilium*, 4 de diciembre de 1963, nn. 7 y 59.

⁵⁰ Byung-Chul Han, *En el enjambre*, trad. Raúl Gabás (Barcelona: Herder, 2014), 42–44. Conviene presentar su análisis como una contribución filosófica a la antropología de la comunicación, no como fundamento de la doctrina sacramental.

La competencia mediática como dimensión de la formación ministerial

Llegamos así al núcleo propositivo. Si el ambiente digital puede ser comprendido como un ámbito de experiencia humana y de discernimiento teológico; si su habitación transforma las mediaciones mediante las cuales la Iglesia anuncia, acompaña y construye comunidad; y si la categoría que debe ordenar la presencia cristiana en él es el testimonio, entonces la competencia requerida no puede reducirse al dominio técnico. Ha de integrar capacidades instrumentales, hermenéuticas, críticas, éticas y creativas. Este conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes es lo que la investigación educomunicativa suele denominarse competencia mediática.

Precisión conceptual

La noción presenta una notable pluralidad terminológica, vinculada tanto a la diversidad de tradiciones académicas como a las sucesivas transformaciones del ecosistema comunicativo⁵¹. En su desarrollo institucional, la UNESCO Reunión la alfabetización mediática y la alfabetización informacional bajo la categoría compuesta de alfabetización mediática e informacional. Su currículo, dirigido inicialmente a la formación del profesorado, fue posteriormente ampliado para comprender a educadores y aprendices como participantes activos en el acceso, la evaluación, la producción y la comunicación de información y contenidos mediáticos⁵². La Comisión Europea, por su parte, ha definido la alfabetización mediática como la capacidad de acceder a los medios, comprender y evaluar críticamente sus diferentes aspectos y contenidos, y crear comunicaciones en diversos contextos⁵³. Estas definiciones coinciden en que la competencia mediática no se limita al mane-

⁵¹ Para una visión de la convergencia entre competencia digital, audiovisual y mediática, véase María Amor Pérez-Rodríguez y Águeda Delgado-Ponce, «De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores», *Comunicar* 20, n.º 39 (2012): 25–34.

⁵² Carolyn Wilson et al., *Currículo de alfabetización mediática e informacional para docentes* (París: UNESCO, 2011); Alton Grizzle et al., *Ciudadanos alfabetizados en medios e información: ¡Piensa críticamente, haz clic sabiamente! Currículo de alfabetización mediática e informacional para educadores y estudiantes* (París: UNESCO, 2021).

⁵³ Comisión Europea, *Un enfoque europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital*, COM(2007) 833 final, 20 de diciembre de 2007.

jo de dispositivos, sino que comprende conocimientos, habilidades críticas, actitudes y capacidades expresivas.

Entre los modelos disponibles, retengo cuatro por su complementariedad. Ferrés y Piscitelli articulan la competencia mediática en seis dimensiones: lenguajes; tecnología; procesos de interacción; procesos de producción y difusión; ideología y valores; y dimensión estética. Cada una se desarrolla transversalmente en dos ámbitos: el análisis de mensajes ajenos y la producción de mensajes propios⁵⁴. Buckingham propone cuatro conceptos fundamentales para la educación mediática: producción, lenguaje, perspectiva y audiencias⁵⁵. Potter, desde una cognitiva, organiza la competencia en torno a tres componentes: estructuras de conocimiento, habilidades de procesamiento y locus personal. Este comprende último los objetivos y la energía o motivación que orientan la exposición a los medios y el procesamiento de sus mensajes⁵⁶. Finalmente, Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce distribuyen diez dimensiones en una estructura piramidal compuesta por tres ámbitos: conocimiento, comprensión y expresión⁵⁷.

Sobre estos modelos pueden formularse dos observaciones teológicas. La primera se refiere al lugar personal de Potter. Esta categoría no designa por sí misma el lugar de la fe ni contiene una teoría moral o teológica; identifique la instancia personal desde la que se establecen objetivos, se moviliza la atención y se regula la relación con los medios. Precisamente por ello, puede ser reinterpretada teológicamente como uno de los puntos en los que la fe, la conciencia moral, las virtudes y el proyecto de vida intervienen en el discernimiento mediático. No existe, por tanto, una identidad inmediata entre el locus personal y la conciencia creyente, sino una posible articulación entre la teoría cognitiva de la alfabetización mediática y la teología moral.

⁵⁴ Joan Ferrés y Alejandro Piscitelli, «La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores», *Comunicar* 19, n.º 38 (2012): 75–82, especialmente 79–81, DOI: 10.3916/C38-2012-02-08.

⁵⁵ David Buckingham, *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture* (Cambridge: Polity Press, 2003), especialmente los capítulos dedicados a producción, lenguaje, representación y audiencias.

⁵⁶ W. James Potter, *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach* (Thousand Oaks, CA: SAGE, 2004), 64–115, especialmente los capítulos 4–6.

⁵⁷ Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce, «De la competencia digital y audiovisual», 31–32.

La segunda observación se refiere a la dimensión estética del modelo de Ferrés y Piscitelli. Su incorporación no constituye un refinamiento accesorio, porque la forma sensible de un mensaje participa en la producción de su significado y condiciona su recepción afectiva, imaginativa y simbólica. Desde una perspectiva teológica, la atención a la estética ayuda a evitar que el anuncio cristiano quede reducido a la transmisión de conceptos, argumentos o consignas. Sin embargo, esta aplicación requiere distinguir entre la competencia estética definida por el modelo educ comunicativo y una eventual teología de la belleza: la primera proporciona categorías para analizar y producir mensajes; la segunda ofrece el fundamento propiamente teológico de su integración en el anuncio.

Para articular la propuesta formativa adopta el modelo de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce como estructura general, aunque sin interpretar su representación piramidal como una jerarquía rígida. Los ámbitos de conocimiento, comprensión y expresión son pedagógicamente distinguibles, pero operan de manera interdependiente. Conocer los lenguajes y las tecnologías es necesario para comprender críticamente sus mediaciones; comprenderlas resulta indispensable para expresarse responsablemente; y la práctica expresiva permite revisar y profundizar el conocimiento y la comprensión. El modelo ofrece así una estructura adecuada para integrar el saber técnico, el discernimiento ético y la capacidad creativa, siempre que se entienda de forma circular y no simplemente ascendente.

A estas dimensiones han de añadirse dos campos cuyo desarrollo reciente la formación eclesial no puede ignorar: la alfabetización en datos y la alfabetización en inteligencia artificial. La primera comprende la capacidad de localizar, recopilar, gestionar, interpretar, evaluar, visualizar y comunicar datos críticamente, así como reconocer sus condiciones de producción, sus limitaciones, sus sesgos y las implicaciones éticas y jurídicas de su uso. No es necesario únicamente porque los algoritmos operan con datos, sino porque la cuantificación interviene cada vez más en la representación de la realidad, la toma de decisiones y la distribución de visibilidad y recursos⁵⁸.

⁵⁸ Aneta Bonikowska, Claudia Sanmartin y Marc Frenette, *Alfabetización de datos: qué es y cómo medirla en el servicio público* (Ottawa: Statistics Canada, 2019); Duri Long y Brian Magerko, «¿Qué es la alfabetización en IA? Competencias y consideraciones de diseño», en *Actas de la Conferencia CHI 2020 sobre factores humanos en sistemas informáticos* (Nueva York: Association for Computing Machinery, 2020), 1–16; Fengchun Miao, Kelly Shiohira y

La alfabetización en inteligencia artificial, por su parte, no puede reducirse al conocimiento del vocabulario técnico ni a la detección de sesgos y manipulaciones. Debe incluir, al menos, una comprensión básica del funcionamiento y de los límites de los sistemas de inteligencia artificial; la capacidad de evaluar críticamente sus resultados; el reconocimiento de errores, fabricaciones y opacidades; la protección de la privacidad y de los datos sensibles; la identificación de contenidos sintéticos; el respeto de la propiedad intelectual; la supervisión humana de las decisiones; y la consideración de sus consecuencias sociales, laborales, culturales y ambientales. También debe capacitar para decidir cuándo utilizar estos sistemas, cómo emplearlos responsablemente y cuándo abstenerse de hacerlo. Los marcos recientes de la UNESCO integran una perspectiva centrada en la persona, la ética, los fundamentos y aplicaciones de la inteligencia artificial y, según los destinatarios, el diseño de sistemas o su integración profesional y pedagógica.

En el ámbito eclesial, estas competencias adquieren exigencias específicas. El uso ministerial de sistemas automatizados debe salvar la confidencialidad pastoral, evitar la introducción de información sensible en servicios que no ofrezcan garantías suficientes, distinguir la asistencia técnica de la responsabilidad personal y someter los contenidos generados a verificación humana. La inteligencia artificial puede colaborar en tareas de documentación, traducción, planificación o elaboración preliminar de materiales, pero no puede asumir la responsabilidad moral, pastoral o doctrinal de quien ejerce el ministerio. La competencia mediática se convierte así en una dimensión de la formación ministerial no porque todo ministro deba convertirse en especialista tecnológico, sino porque necesita comprender críticamente las mediaciones que emplea, discernir sus efectos y responder personalmente por su utilización.

Propuesta de articulación ministerial

Propongo la siguiente articulación, que adapta el esquema de Pérez-Rodríguez y Delgado-Ponce al ejercicio del ministerio ordenado. No pretendemos exhaustividad, sino ofrecer un armazón verificable para los itinerarios formativos.

Natalie Lao, *Marco de competencias en IA para estudiantes* (París: UNESCO, 2024).

Ámbito	Contenido ministerial	Indicador ilustrativo
Conocimiento	Comprensión del funcionamiento de la industria mediática, de los modelos de negocio y de los intereses que los sostienen; conocimiento de las etapas de producción y de la normativa aplicable; dominio operativo de plataformas y herramientas; familiaridad con los lenguajes de cada medio	No atribuir veracidad a una información por el solo hecho de ser difundida por un comunicador católico; identificar contenidos patrocinados; saber cómo canalizar una información hacia los cauces diocesanos
Comprensión	Acceso y selección de fuentes confiables; interpretación de datos y métricas; identificación de la ideología subyacente y de los estereotipos; discernimiento ético a la luz de la doctrina social	Argumentar fundadamente ante posiciones polarizadas; desmontar mensajes prejuiciosos sobre migración, género o ecología desde los valores evangélicos
Expresión	Traducción del anuncio a lenguajes accesibles; producción de contenidos con rigor informativo y calidad estética; fomento de la interacción y de la cocreación comunitaria; participación en el debate público	Elaborar una campaña litúrgica adaptada a cada plataforma; abrir espacios de palabra a los miembros de la comunidad, incluidos los de otras procedencias

Esta articulación exige tres criterios teológicos que la orientan y sin los cuales degeneraría en técnica comunicativa.

Primero: el criterio de la formación de la conciencia

Según *La Iglesia e Internet*, la educación mediática, más que limitarse a la enseñanza de técnicas, ayuda a las personas a «formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos» y constituye, por ello, «un aspecto de la formación de la conciencia»⁵⁹. El documento sostiene afirmativamente que todos necesitan alguna modalidad de formación permanente sobre los medios de comunicación y que la planificación pastoral debería preverla específicamente para seminaristas, sacerdotes, religiosos y agentes pastora-

⁵⁹ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, 22 de febrero de 2002, n.º 7; el pasaje cita a su vez Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Ética en las comunicaciones sociales*, 4 de junio de 2000, n.º 25.

les laicos⁶⁰. Esta formación debe capacitarlos no solo para recibir críticamente los mensajes, sino también para comprender y emplear responsablemente los lenguajes propios de los medios.

En este sentido, *Communio et Progressio* establece que las instituciones católicas deben procurar que las personas lleguen a dominar el «lenguaje total» de los medios de comunicación, de modo que puedan participar activamente en la cultura comunicativa y no permanecer como receptores pasivos⁶¹. La competencia mediática pertenece, por tanto, al ámbito de la teología moral, la pedagogía de la conciencia y la formación pastoral. No puede reducirse al aprendizaje instrumental, pero tampoco prescindir de él: el dominio técnico adquiere sentido ministerial cuando queda integrado en el discernimiento moral, la responsabilidad comunicativa y la orientación al bien común. *Communio et Progressio* confirma esta integración al pedir que las cuestiones relativas a la comunicación ocupan un lugar en la enseñanza teológica, especialmente en la moral y la pastoral.

Segundo: el criterio de la experiencia reflexionada

Spadaro sostiene que el primer significado de educar consiste en comprender lo que se vive, es decir, en razonar a partir de la experiencia, especialmente de la propia, pues solo una experiencia sometida a discernimiento permite formar a quien estará llamado a acompañar a otros en su desarrollo humano y espiritual⁶². De esta premisa propongo la siguiente consecuencia pedagógica: es necesario experimentar para comprender y comprender para actuar de manera más consciente. Ninguna instrucción teórica sustituye por completa a la práctica reflexionada, del mismo modo que la mera repetición de prácticas, cuando no está acompañada por el análisis crítico, no genera por sí sola competencia.

⁶⁰ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *La Iglesia e Internet*, n.º 7; cf. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Aetatis novae*, 22 de febrero de 1992, n.º 28.

⁶¹ Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social, *Communio et Progressio*, 23 de mayo de 1971, nn. 107–108.

⁶² 1. Antonio Spadaro, “Siete pilares de la educación según J. M. Bergoglio,” *La Civiltà Cattolica*, 19 de mayo de 2021, <https://www.laciviltacattolica.es/2021/05/19/siete-pilares-de-la-educacion-segun-j-m-bergoglio/>.

La experiencia, sin embargo, no debe confundirse con la exposición indiscriminada ni con la adopción crítica de todas las plataformas, lenguajes o tendencias. La formación puede incorporar ejercicios acompañados, análisis de casos, observación de comunidades digitales, elaboración y revisión de contenidos, evaluación de los propios hábitos y períodos deliberados de abstención. La competencia se manifiesta no solo al saber cómo utilizar una tecnología, sino también al discernir para qué utilizarla, bajo qué condiciones y cuándo conviene limitarla o renunciar a ella. La experiencia se vuelve formativa cuando puede ser narrada, interpretada, contrastada con criterios éticos y teológicos y convertida en aprendizaje pastoral.

Tercero: el criterio de la inculturación

La competencia mediática constituye una concreción contemporánea de la exigencia de inculturar el Evangelio. Así como la misión requiere conocer la lengua, los símbolos, los valores y las prácticas del pueblo al que se anuncia, una presencia digital significativa exige comprender los lenguajes, las relaciones, las formas de autoridad y participación y las economías de la atención que configuran los ambientes digitales. No basta con emplear los medios como canales para transmitir contenidos previamente elaborados; es necesario comprender la cultura que esos medios contribuyen a formar.

Esta comprensión, sin embargo, no implica una adaptación crítica. La inculturación conlleva acogida y aprendizaje, pero también discernimiento, purificación y transformación. La tradición eclesial afirma que el Evangelio debe integrarse en la nueva cultura comunicativa y, al mismo tiempo, iluminar y elevar sus lenguajes y formas de relación. Por eso, conocer el ambiente digital no significa someter el anuncio a sus métricas de visibilidad, velocidad o popularidad, sino discernir qué elementos pueden ser asumidos, cuáles requieren transformación y cuáles resultan incompatibles con la dignidad de la persona y con el testimonio cristiano.

La inculturación digital exige, por tanto, una doble fidelidad: fidelidad al Evangelio, cuyo contenido no puede quedar determinado por las dinámicas de las páginas, y fidelidad a las personas concretas, cuyas experiencias, lenguajes y búsquedas deben ser realmente escuchadas. La competencia mediática hace posible esta mediación porque capacita para habitar críticamente la cultura digital, reconocer sus posibilidades y límites y expresar la fe de una manera inteligible, responsable y significativa.

Objeciones y límites

La doble tentación

El discurso eclesial sobre el digital oscila entre dos posiciones igualmente estériles: condenar todo, refugiándose en la idea de que «cualquier tiempo pasado fue mejor», y consagrar todo, descartando cuanto no tenga «sabor de novedad» y relativizando la sabiduría acumulada en el patrimonio eclesial. Ambas tentaciones comparten un error de fondo: eximen de discernimiento. La tarea no consiste en saber usar bien la red, sino en aprender a vivir bien en el tiempo de la red.

El riesgo de instrumentalismo residual

Existe una versión sofisticada del instrumentalismo que consiste en adoptar el vocabulario del «ambiente» conservando la práctica del «canal»: presencia digital intensificada en momentos de necesidad —el confinamiento pandémico es el caso paradigmático— y abandonada cuando la necesidad cesa. Una presencia así entendida contradice la lógica del lugar: no se habita intermitentemente. Y contradice también la exigencia de continuidad comunicativa, pues el ambiente digital no admite el vacío de comunicación.

La renuncia a la centralidad

El clero se ve hoy desafiado a renunciar a una posición tradicional de indispensabilidad, cuestionada por el paradigma reticular. Esta renuncia no es pérdida, sino ocasión: la apertura a la sinodalidad, a la participación activa de los laicos y al reconocimiento de competencias comunitarias frecuentemente superiores a las del ministro es condición de una comunicación eclesial de calidad. Los documentos sinodales apuntan en esta dirección al reclamar que la misión digital integre laicos, religiosos y sacerdotes, y al sugerir la configuración de un acompañamiento estable de los evangelizadores digitales. Sin formación adecuada de los ministros y sin implicación de laicos cualificados, difícilmente cabe esperar productos comunicativos eficaces, pues la producción adaptada a los lenguajes de cada plataforma recursos de los que muchas comunidades carecen exigen.

Una Iglesia a varias velocidades

El riesgo mayor que identifico es la fragmentación interna: comunidades y generaciones que habitan el mismo tiempo eclesial con competencias comu-

nicativas radicalmente desiguales. A ello se añade una potencialidad ambivalente: la «desterritorialización» que permite a los fieles seguir celebraciones de comunidades con las que se identifican más que con la propia. Esta posibilidad amplía la percepción de la Iglesia universal, pero puede debilitar el vínculo con la comunidad concreta si no se acompaña de una pedagogía de la pertenencia.

Cuestiones abiertas

Permanecen sin resolver problemas que exceden la competencia individual y remiten a la responsabilidad institucional y política: la rendición de cuentas de las plataformas sobre la gestión de los datos, la transparencia de los criterios de (des)indexación algorítmica, la trazabilidad de la autoría de los contenidos, los oligopolios digitales y la sostenibilidad ecológica de las infraestructuras. La concentración del poder; retomando una expresión de Trivinho y Silveira, Sbardelotto describe la internet privatizada y monopolizada como un conjunto de «latifundios digitales»⁶³ que limitan la diversidad de voces también en el espacio religioso, y obliga a una reflexión crítica sobre el impacto del colonialismo de datos en la fe.

Conclusión

El recorrido propuesto permite formular una conclusión que no es tecnológica sino teológica. La competencia mediática es hoy mediación necesaria del testimonio. Sin comprensión crítica de las lógicas algorítmicas, de la economía de la atención y de los lenguajes propios de cada plataforma, la presencia eclesial en línea corre el riesgo de reproducir exactamente aquello que debería contradecir: el valor de exposición en lugar de la comunión, la información en lugar del conocimiento, la autorreferencialidad en lugar del testimonio. Reivindicar el silencio, la distancia y la alteridad no es, en este contexto, resistencia cultural: es la condición para que en el ambiente digital haya lugar para el Otro y, con Él, para el hombre. Juan Pablo II lo formuló con una concisión difícil de mejorar: se hará de internet «un espacio autén-

⁶³ Eugênio Trivinho y Sergio Amadeu da Silveira, citados en Moisés Sbardelotto, *Missionários no ambiente digital: em nome de quem?* (Aparecida y São Paulo: Editora Santuário y Paulinas, 2024), 47.

ticamente humano, porque si no hay lugar para Cristo, no habrá lugar para el hombre»⁶⁴.

Para Celli, el tipo de comunicación eclesial depende de la visión de Iglesia que se tenga⁶⁵. La formación en competencia mediática no es, en definitiva, una cuestión de eficacia comunicativa: es una cuestión eclesiológica. Y su urgencia se mide por lo que está en juego. Porque si los cristianos no asumen esta tarea, habrá quien la asuma en su lugar, defraudando la confianza manifestada por Cristo cuando, ante quienes pedían silenciar a sus discípulos, respondió: «Os digo que, si estos callan, gritarán las piedras» (Lc 19,40).

⁶⁴ Juan Pablo II, "Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio", mensaje para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2002, n.º 6, La Santa Sede.

⁶⁵ Claudio M. Celli, entrevista de Samuel Gutiérrez, "El lenguaje de Jesús encajaría bien en Twitter", Catalunya Cristiana, n.º 1784, 1 de diciembre de 2013, 5.