

«El lenguaje de Jesús encajaría bien en Twitter»

Mons. Claudio M. Celli, presidente del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales

Samuel Gutiérrez

Fotos: Agustí Codinach

Como hace el papa Francisco, Mons. Claudio M. Celli comunica con gestos y palabras. El presidente del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales destaca por su cercanía y afabilidad. Pese a ser un obispo curial y no estar al frente de ninguna diócesis, él también huele a oveja. Y mucho. Está, además, convencido de que la Iglesia debe estar muy presente en los nuevos areópagos digitales. Con autenticidad, sin miedo, consciente de que el ambiente digital necesita también ser humanizado. Mons. Celli estuvo recientemente en Barcelona, donde presidió el encuentro de expertos y obispos responsables de comunicación de las Conferencias Episcopales Europeas.

Se cumplen 50 años de la aparición del decreto conciliar *Inter mirifica*, el primer gran documento que la Iglesia dedicaba a los medios de comunicación.

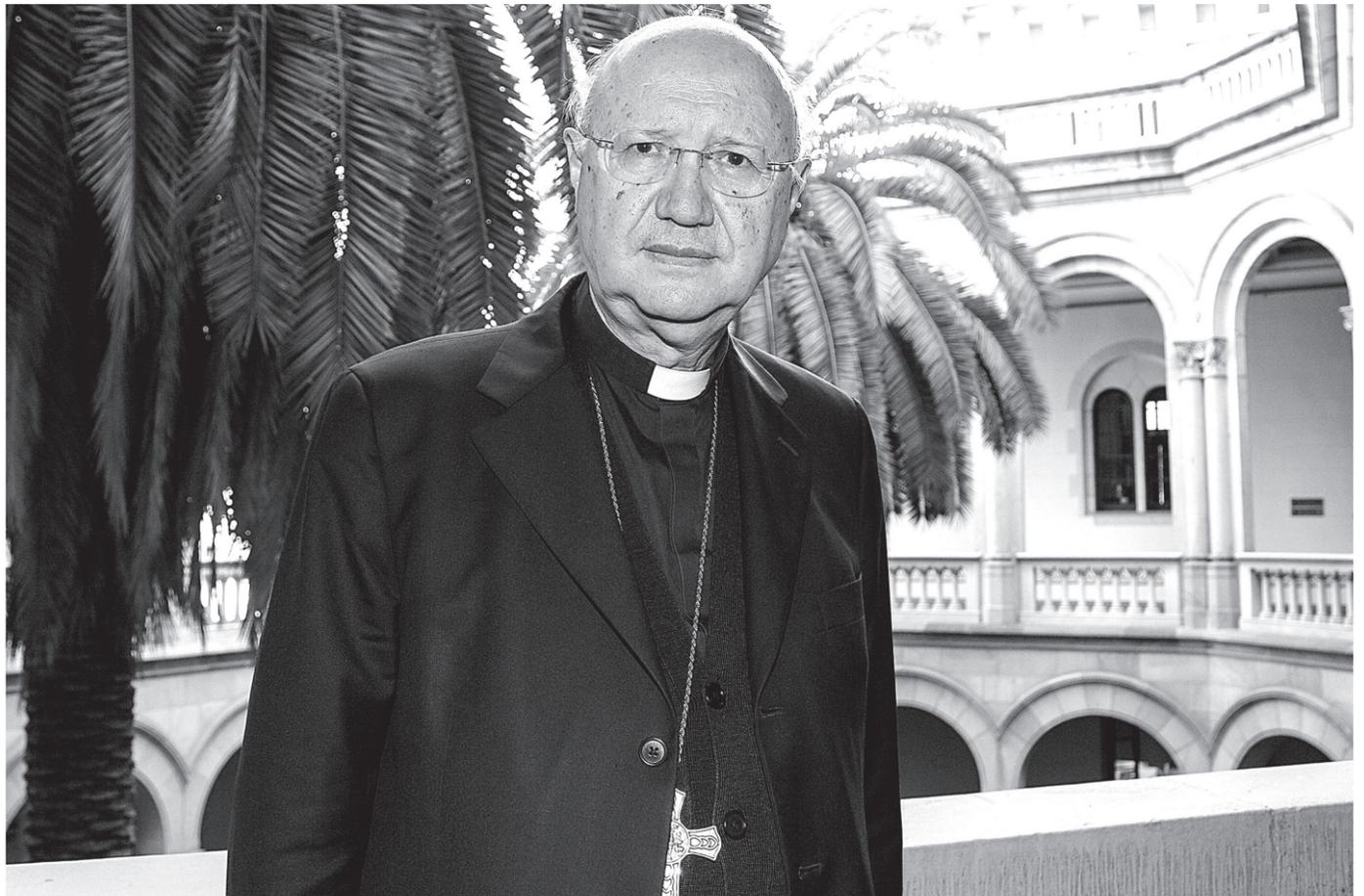
Lo esencial de *Inter mirifica* es que un concilio ecuménico haya juzgado importante dedicar una atención y un documento a los medios de comunicación social. Esto es lo importante, porque en la preparación del concilio muy pocos obispos señalaron el tema de la comunicación como un tema que debía ser tratado.

¿En qué sentido siguen vigentes hoy sus intuiciones?

Está claro que el contexto comunicativo de *Inter mirifica* era muy distinto al nuestro. Lo titularon *Inter mirifica*, que significa «las cosas maravillosas». Y eso que en aquel tiempo sólo había prensa, radio y televisión. ¡No sé qué palabra hubieran empleado hoy con las tecnologías que tenemos a nuestro alcance! Pero ya entonces la Iglesia sentía admiración por estos productos de la sabiduría humana que se expresaba en aquellas tecnologías. Hoy la Iglesia podría expresar la misma admiración. Cuando le enseñaba al papa Benedicto XVI el uso del iPad lo que me interesaba sobre todo era ver cómo reaccionaba. Y el día que lanzó el primer tuit le dije: «Mientras usted lanzaba el primer tuit de un Papa en la historia pensaba en su predecesor Pío XI cuando enviaba los primeros mensajes radiofónicos junto a Marconi, el inventor de la radio.» Él me miró y, sonriendo, me dijo: «Yo pensaba lo mismo.» El Papa era consciente de que, en este contexto creado por las nuevas tecnologías, la Iglesia debe anunciar el Evangelio.

La gran pregunta es cómo anunciarlo.

Es claro que las nuevas tecnologías han cambiado la comunicación. Hay un gran cambio desde *Inter mirifica* en adelante. *Inter mirifica* habla de instrumentos de comunicación y lógicamente en aquel entonces se refería a la prensa, la radio, la televisión y el cine. Las nuevas tecnologías han traído algo nuevo. Los nuevos medios ya no son sólo instrumentos, sino que han creado un ambiente de vida. Ésta es la gran novedad. Y han creado una nueva cultura. A



través del móvil, hoy en día acumulo un gran número de instrumentos en la palma de mi mano. El móvil hace de todo, e incluso sirve para hablar por teléfono. Es importante percibir este cambio muy atentamente. Porque hemos pasado de una visión muy instrumental a una visión creadora de ambiente de vida, lugares donde la gente habita, y este ambiente de vida es una red. Es por eso que hablamos de redes sociales. Y son redes continentales. En Facebook se dan cita hoy más de 1.000 millones de personas. Es, sin duda, uno de los países más poblados de este mundo, donde se superan los límites de las fronteras y de los idiomas. La tarea y el desafío para la Iglesia es éste: ¿cómo en este ambiente de vida yo puedo anunciar el Evangelio? Porque a lo largo de los siglos la tarea de la Iglesia sigue siendo la misma, no cambia. La Iglesia existe para anunciar el Evangelio, a Jesucristo. El reto que tiene hoy la Iglesia es cómo hacer que el anuncio del Evangelio resuene en este ambiente de vida nuevo. Un pastor no puede pensar sólo en la parroquia, o en los centros pastorales... Hoy en día las redes sociales son también centros pastorales. La misión, como he dicho, está en concretar cómo nos hacemos presentes, cómo compartimos, cómo anunciamos, cómo dialogamos...

Desde el PCCS, ¿qué respuesta dan a este desafío?

Las nuevas tecnologías tienen una característica particular que es la interactividad. El objetivo hoy no es tomar el altavoz e intentar anunciar el Evangelio lo más fuerte posible. El objetivo es ponerse a la escucha desde una dimensión dialógica. En este contexto me parece simpático recordar lo que el papa Francisco decía a los jóvenes en Asís citando al Poverello: «Hay que anunciar siempre

«No podemos rechazar el fenómeno digital porque tenga riesgos»

«Dime qué eclesiología tienes en tu corazón y en tu mente y yo te diré qué tipo de comunicación vas a tener»

el Evangelio, y si hace falta también con las palabras.» Es muy interesante. Sólo si hace falta. Porque el primer anuncio es siempre el testimonio. Por eso es tan importante la pregunta sobre el tipo de presencia en las redes sociales. Mi tarea no es la de citar frases del Evangelio, porque bastaría para ello un buen ordenador... La clave está en descubrir la mejor manera de compartir mi testimonio. Y un testimonio que tiene que ser una síntesis de mi vida en el encuentro con el Evangelio. El papa emérito Benedicto XVI decía en uno de sus últimos mensajes con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales que esta presencia no está ligada a una cita formal de textos evangélicos, sino más bien tiene que ser un testimonio existencial. Ésta es la principal tarea de los habitantes de

las redes que llevan en su corazón a Jesucristo. Tengo la sensación de que hemos perdido la dimensión misionera de nuestra pertenencia a Jesucristo. No estamos llamados a hacer proselitismo, sino a dar testimonio, desde una dimensión misionera y dialógica.

Entrar en las redes con voluntad de diálogo tiene sus exigencias...

Efectivamente. Un requisito fundamental es tomar conciencia de que vivimos en una sociedad multicultural y multirreligiosa. La Iglesia debe acostumbrarse a dialogar respetuosamente con las verdades de la otra gente. El diálogo respetuoso con los otros no es un relativismo dogmático. Es verdad que el encuentro con el Señor llena de sentido nuestra vida, pero no somos nosotros los que poseemos la verdad sino que es la verdad la que nos posee a nosotros. Hay chispas de verdad en el corazón de los hombres que nos rodean. La presencia del otro a mi lado no me obliga sólo a la tolerancia, sino a reconocer y a tomar conciencia de que el otro también, en su búsqueda de la verdad, me enriquece en mi camino de búsqueda.

Tampoco hay que perder de vista que una de las características típicas de las redes sociales es el océano de respuestas en el que estoy sumergido, y a veces tengo dificultad para distinguir cuál es la respuesta que me sirve en mi camino de la verdad. Aquí es donde entra en juego la autenticidad. Cuando compartimos conocimiento y relaciones, nos compartimos a nosotros mismos.

Hay voces que insinúan que las características de estas nuevas plataformas digitales, marcadas por la instantaneidad y la globalización, no permiten la profundidad.

Estoy de acuerdo en que hay riesgos. Pero es un riesgo que corro también

hablando y relacionándome con las personas. También en el contexto de las redes hay que prestar atención a las personas. Nosotros no hacemos anuncios comerciales. Es un intercambio personal. La profundidad y el sentido lo pone cada uno, incluso en mensajes de 140 caracteres, que pueden llegar a tener una profundidad impresionante. El propio lenguaje de Jesús encajaría hoy muy bien en las redes sociales. Sólo hay que pensar en las Bienaventuranzas. «Bienaventurados los pobres de espíritu.» Son menos de 140 caracteres, pero nadie puede decir que sea superficial. Las redes sociales están formadas por personas y la clave está en cómo estas personas se sitúan dentro de este contexto. Por eso es tan importante invitar y educar a las personas a hacer que las palabras que se dicen sean palabras con una resonancia profunda y de autenticidad. El riesgo que todos corremos es que la rapidez de la comunicación de hoy reste profundidad. Hoy en día hay pensadores norteamericanos, y alguno europeo, que aseguran que internet nos hace estúpidos. La invitación de la Iglesia es a habitar este ambiente con contenido. Todos somos víctimas de la situación de hoy. Existe una fluidez enorme y el riesgo es no tener tiempo para reflexionar y elaborar sabiduría de los acontecimientos. Esto es indudable. Hay que humanizar el ambiente digital. Es cierto que algunas características de la red no facilitan esta humanización, pero por eso nuestra misión es educar, favorecer una actitud más humana... No podemos rechazar un fenómeno porque tenga riesgos. La Iglesia ha dado una visión positiva de este ambiente, pero al mismo tiempo invita a los habitantes de la red a hacerlo con más profundidad y autenticidad.

¿La clave está, pues, en la educación?

Sí, por supuesto, pero la educación no consiste únicamente en enseñar las nuevas tecnologías, también hay que formar la dimensión eclesiológica. Existe una profunda conexión entre eclesiológica y comunicación. Si yo tengo la visión de una Iglesia institucional que desde su torre de marfil sólo da juicios y sentencias, haré un tipo de comunicación. Pero si mi visión es la de una Iglesia que camina con el hombre, que tiene simpatía para con él, que lo acompaña en su camino, tendré una comunicación distinta. Para mí es esto hoy lo más importante. Por eso me gusta decir: «Dime qué eclesiológica tienes en tu corazón y en tu mente y yo te diré qué tipo de comunicación vas a tener.» El problema de la comunicación y de la Iglesia actualmente no es un problema de tecnología sino que más bien toca la dimensión más íntima de la vida de la Iglesia: el amor a los hombres y mujeres.

¿Es un buen ejemplo Francisco de todo esto que dice?

Es el mejor ejemplo hoy para la Iglesia. En su primer mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el papa Francisco ha pedido una comunicación que promueva una cultura del encuentro. Esto significa una Iglesia que no se encierra en sí misma, esperando que el hombre venga, sino que es una Iglesia abierta, dialogante, que tiene simpatía para con el hombre y la mujer de hoy. La Iglesia, decía también Francisco, tiene que ser como un hospital de campaña porque las



dificultades antropológicas del hombre de hoy son grandes y necesita más que nunca ser escuchado, acogido, acompañado... Detrás de esta comunicación de Francisco hay una clara visión de Iglesia. Lo ha expresado muy bien en los dos discursos que ha impartido a los obispos en Brasil, y que constituyen, a mi parecer, una pequeña encíclica de eclesiología.

Esta comunicación y esta Iglesia que presenta el nuevo Papa es presentada a menudo en contraposición con los anteriores. Se habla mucho de revolución. ¿Por qué cuesta tanto entender que es la misma Iglesia expresada de manera distinta?

No es una revolución lo que ha hecho Francisco. Simplemente se ha puesto en una actitud de escucha, de diálogo, de cercanía..., que también había antes, pero que el papa Francisco ha acentuado. Por eso en el campo que nos ocupa, el de la comunicación, la clave no está en la adquisición de tecnología sofisticada, sino en el redescubrimiento de lo que llevo en el corazón y ver cómo, en una inventiva de amor, logro decir esto a los hombres y a las mujeres de hoy.

En más de una ocasión usted ha explicado que no costó convencer a Benedicto XVI para llevar a cabo la revolución digital que ha tenido lugar en los últimos años en la Santa Sede... ¿Con Francisco ha pasado lo mismo?

Con el papa Francisco he hablado ampliamente sobre estos temas porque me interesaba mucho saber cuáles eran sus consignas. El Papa reconoce sus límites en este aspecto, pero al mismo tiempo quiere que se siga adelante por este camino. Por eso hemos seguido adelante con Twitter y el resto de iniciativas emprendidas hasta el momento. Francisco percibe y es muy consciente de las oportunidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen. Éste es el camino que ha de seguir la Iglesia y un servidor, como presidente del PCCS, tiene la misión de ayudar a las distintas Iglesias particulares a tomar conciencia de estas oportunidades.

No hace tanto tiempo era habitual la pregunta sobre si la Iglesia sabe comunicar... Con la irrupción de Francisco parece, sin embargo, que esa cuestión ha pasado a un

«La diócesis de Barcelona es privilegiada en el campo tecnológico»

«Los cristianos estamos llamados a humanizar el ambiente digital»

segundo plano. ¿Por qué cree que ha despertado tanto entusiasmo mediático?

Porque su comunicación es directa, abierta, con una gran carga de simpatía. Usa palabras que los hombres y mujeres de hoy entienden perfectamente, e imágenes conceptuales con gran fuerza evocadora: la Iglesia como hospital de campaña, el pastor que debe tener olor a oveja, las religiosas como madres y no solteras... Son expresiones inmediatas. Él nos da ejemplo y ayuda a la Iglesia. El hombre de hoy tiene una enfermedad particular: no sabe esperar, le falta esperanza e incluso diría que ha perdido la capacidad de soñar. La pregunta es: ¿cómo yo, Iglesia, sé calentar hoy el corazón de los hombres? Uno de los mayores dramas de nuestro tiempo es la soledad. Pese a tener a nuestro alcance poderosísimos instrumentos

de comunicación, nunca como hoy el hombre se había sentido tan solo.

Desde *Inter mirifica*, ¿cómo valora la apuesta de la Iglesia en el ámbito comunicativo?

El camino de la historia de la Iglesia en estos 50 años ha sido un camino sustancialmente positivo. Los medios han jugado un papel fuerte en la pastoral evangelizadora de la Iglesia. Si hablamos de nuevas tecnologías, hay un camino de luces y sombras. En algunas Iglesias particulares el camino está bastante adelantado, pero en otras el camino todavía es muy incipiente. Falta atención, conocimiento, recursos... En África, por ejemplo, no es tan fácil acceder a Internet. También en América Latina existen amplios sectores sin

conectividad. Pese a las dificultades internas y externas, dando vueltas por el mundo encuentro un gran deseo y he visto cosas interesantes. La gente quiere estar presente en los nuevos areópagos anunciando a Jesucristo.

¿Esta voluntad la percibe también entre los pastores?

Pablo VI, en la *Evangelii nuntiandi*, dice que los pastores de la Iglesia deben emplear sabiduría y audacia para lograr que el Evangelio se injerte en la cultura. En el mundo de los medios de comunicación, y ahora en el de las nuevas tecnologías, hemos empleado mucha sabiduría y poca audacia. Creo que ahora hay que dar un empuje mayor en este aspecto.

A la zaga de lo acontecido en la Santa Sede, la archidiócesis de Barcelona ha apostado seriamente por las nuevas tecnologías.

El cardenal Martínez Sistach me ha hablado con entusiasmo de lo que están haciendo y puedo decir, sin temor a equivocarme, de que son ustedes un poco privilegiados en este campo. Él tiene mucho empuje y gran deseo de avanzar en este campo.

Usted defiende a ultranza la presencia católica en las redes sociales. Sin embargo, no es fácil encontrarle en estas plataformas...

No tengo ni página en Facebook ni Twitter. Es algo que he reflexionado bastante, pero hasta ahora no lo he visto necesario. Yo no tengo una tarea diocesana y bastante trabajo tengo con contestar los correos electrónicos. Otra cosa será cuando deje el servicio activo, dentro de cuatro años. Me atrae la posibilidad de entrar en las redes sociales, sobre todo en Facebook, y dialogar con las personas en este contexto.



RESIDENCIA DE ANCIANOS PRUDENCIO MIRALLES
pequeña **gran** residencia.

Pequeña (hay plazas para 16 personas), **grande** (los residentes la hacen grande).

Plazas disponibles, ambiente familiar

NIF: G-08862781 - Los donativos desgravan un 20% del total del IRPF (Ley 30/94)
www.residenciapmiralles.org e-mail: residenciapmiralles@telefonica.net
Trafalgar, 39, 5º - 08010 Barcelona Tel. 932 681 867 - Fax 932 684 356