

**LAS REDES SOCIALES EN LA EDUCACIÓN TEOLÓGICA
APUNTES PARA UNA TEOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
LA EXPERIENCIA BRASILEÑA**

*(Presentación en el II Encuentro de Instituciones de Educación Teológica de la Iglesia Episcopal-Anglicana en América Latina y el Caribe (CETALC).
Ciudad de Panamá, 1-6 de octubre de 2018*

Revdo. Dr. Pedro Julio Triana Fernández

Introducción

En mi presentación en el *I Encuentro de Instituciones de Educación Teológica de la Iglesia Episcopal-Anglicana en América Latina y el Caribe (CETALC)*, Ciudad de Panamá, 4-8 de abril de 2016 expresé:

“Se ha dicho que no vivimos en una época de cambios, sino en un cambio de época. También se habla del fin de los paradigmas y de las utopías¹. Se ha dicho, también, que estamos viviendo en la llamada época «pos-moderna» donde desde una visión e interpretación unitaria de la realidad se pasa a la vivencia de una pluralidad radical, de la discontinuidad y de la fragmentación”.

También apunte:

“Esto se hace realidad en medio de un proceso planetario que se identifica con el término de «globalización». Y sin duda la globalización marca los tiempos de hoy. Es un fenómeno que penetra todo e integra todo, y cuyos efectos se hacen presente en toda la sociedad a nivel mundial: en la política, en la economía, en las comunicaciones, en las tecnologías, en los Estados, en las naciones, afectando hasta las instituciones y sistemas religiosos”.

Entonces, por un lado, y en el contexto de nuestra cultura globalizada, donde las comunicaciones representan un rol importante tanto para las personas como para las organizaciones, estamos ya conscientes de que las potencialidades tecnológicas de los medios de comunicación social en crecimiento, están determinando un cambio de época, cuyo nivel más profundo es el cultural², y que está marcando de manera decisiva las convivencias de las relaciones planetarias globales.

Pero, por otro lado, teniendo como contexto la primera, tercera y cuarta marca de la misión³, o sea, «proclamar las Buenas Nuevas del Reino de Dios»; «responder a las necesidades humanas mediante el servicio amoroso» y «buscar la transformación de las estructuras sociales injustas», la Iglesia debe estar consciente que su misión de evangelizar y de orientar el progreso humano en el espíritu de Cristo, no puede prescindir de un conocimiento cuidadoso del significado y de los mecanismos de tal cambio. Y no sólo para beneficio propio de su misión, sino también, y sobre todo, para que las complejas relaciones y las nuevas

¹ Franz J. Hinkelammert, “El cautiverio de la utopía – las utopías conservadoras del capitalismo actual, el neoliberalismo y el espacio para alternativas”, en: *Ensayos*, Editorial Caminos, La Habana, 1999, p.200.

² CELAM – 2007, Documento Aparecida, p.29,

http://www.dhnet.org.br/direitos/cjp/a_pdf/cnbb_2007_documento_de_aparecida.pdf

³ Ver Documents of the Anglican Consultative Council (ACC): Bonds of Affection-1984 ACC-6 p49; Mission in a Broken World-1990 ACC-8 p101). <http://www.anglicancommunion.org/resources/document-library.aspx?author=Anglican+Consultative+Council>

circunstancias de vida que los medios de comunicación generan hoy en la sociedad humana, sean leídos, juzgados y orientados a la luz del Evangelio.⁴

Me gustaría aclarar que aunque pueda moverme tangencialmente en el ámbito de la sociología y la antropología, no soy ni sociólogo ni antropólogo, soy biblista, teólogo y pedagogo, por tanto esta presentación será orientada en la línea bíblico-teológica.

Nuestros objetivos serán:

En un primer momento, presentar una visión panorámica de los presupuestos bíblicos y teológicos de los medios de comunicación y las redes sociales. A seguir realizaremos un poco de historia y caminaremos por los antecedentes de la aproximación teológica a los medios de comunicación y las redes sociales. En un segundo momento presentaremos la experiencia brasileña en el uso de las redes sociales y su uso en la Educación Teológica.

PRESUPUESTOS BÍBLICOS

Bíblicamente hablando la primera acción de Dios es un acto de comunicación: “...y **dijo** Dios”, (Génesis, 1,3). Y *decir* según el diccionario de la RAE, significa: manifestar con palabras un pensamiento. Y esta manifestación no cabe duda que es un acto de comunicación. El emisor es Dios, el cual quiere transmitir un mensaje, que es ese pensamiento transmitido con palabras, el receptor es el universo (mundo, animales, plantas, ser humano...). El código que utiliza es la palabra, que todos conocemos, y el canal es la *ruah*, ese viento divino que aleteaba y se movía sobre las aguas al principio de la creación. Y este proceso de comunicación se repite a lo largo del capítulo 1 del Génesis en diferentes versículos.

Sin embargo, éste no es el único acto comunicativo de Dios. Toda la Biblia está salpicada de actos comunicativos de Dios. Y con quien más se comunica es con el ser humano: Adán y Eva, Noé, la torre de Babel, Abrahán y Sara, Isaac y Rebeca, Jacob y Raquel, José, Moisés, Josué, los jueces, Elías y Eliseo, los profetas, Jesús de Nazaret (el gran comunicador) y los apóstoles. Toda la Escritura es la gran historia de la comunicación de Dios con el ser humano. Para darnos cuenta de esto sería bueno leer la Biblia señalando o subrayando aquellas palabras que tienen que ver con la comunicación, sobre todo el verbo decir, pero también oír, escuchar, responder, replicar, explicar. Por tanto, podemos decir que la comunicación es una de las características que Dios tiene. La comunicación es la esencia de nuestro ser, de nuestra identidad y de nuestra fe.

En la actualidad, por un lado, desde el punto de vista antropológico es una realidad que los medios de comunicación son esenciales para sustentar nuestra cultura altamente tecnológica. Y, por otro lado, desde el punto de vista sociológico no podemos negar que nuestra sociedad es la sociedad de la comunicación. Los medios de comunicación nos rodean y están por todas partes y podrían ser, usados adecuadamente, un importante medio para evangelizar en el mundo de hoy.

⁴ Giuseppe Tanzella-Nitti, **Ciencias de la comunicación y revelación cristiana: reflexiones sobre el rol de la teología**, <http://www.clerus.org/clerus/dati/2005-05/10-13/NittiES.html>

Pero debemos tener en cuenta que los medios de comunicación no son instrumentos neutros; pueden ser utilizados para bien o para mal, para reconciliar y liberar, y para manipular, confundir, discriminar, excluir y explotar. Valga por el momento este señalamiento, más adelante en nuestra presentación vamos volver de nuevo sobre este asunto.

Por tanto, teniendo en cuenta nuestra realidad actual, la teología y el quehacer teológico, debería ocuparse también de la comunicación. Según el dominico español Felicísimo Martínez Díez, se debe considerar la comunicación humana como “lugar teológico” en el que se revela el rostro de Dios y su proyecto salvífico para la humanidad; es descubrir la dimensión teológica de las experiencias comunicativas; es hacer una lectura y un discernimiento de la comunicación humana a la luz de la fe y de la revelación⁵.

Sin embargo, es una pena que en la mayoría de los currículos de los seminarios y facultades de teología, hasta donde sé, no existe una asignatura que trate de este tema. Ni siquiera se enseña a nuestros futuros pastores en los seminarios o facultades de teología como utilizar las redes sociales y los medios de comunicación en su labor pastoral.

Propongo ahora realizar una breve aproximación teológica a los medios de comunicación y las redes sociales.

UNA APROXIMACIÓN TEOLÓGICA A LAS REDES SOCIALES

Si bien el fenómeno humano de la comunicación es tan antiguo como el ser humano, ha cobrado actualmente un enorme interés y relevancia por la expansión tecnológica de los medios de comunicación social.

Sin dudas, la internet es un espacio que cada vez más se está convirtiendo en parte integrante de la vida cotidiana. Un espacio cultural que determina un estilo de pensamiento, contribuyendo para estimular la inteligencia y estrechar las relaciones humanas. Pero no es un lugar donde entramos y quedamos *on-line*, y del cual salimos para vivir *of-line*. Estemos *on u of-line*, la internet y las redes sociales permanecen, y comienzan a incidir sobre la capacidad de vivir, pensar y actuar.

Entonces podríamos preguntarnos: Si hoy la llamada revolución digital modifica el modo de vivir, pensar y actuar, ¿no tendrá también un impacto sobre la identidad religiosa y espiritual de los seres humanos y sobre la propia Iglesia?

Si bien, según la primera marca de la misión, o sea, «proclamar las Buenas Nuevas del Reino de Dios», la Iglesia está llamada a evangelizar, según Antonio Spadaro, SJ. , editor de la revista *La Civiltà Cattolica*, la internet y las Redes Sociales, no son un instrumento o medio de evangelización, sino un nuevo ambiente cultural y un ambiente de vida; un contexto donde la fe es llamada y desafiada a expresarse, no sólo para “hacer presencia”, sino como un compromiso natural, innato y esencial del cristianismo con la vida de los seres humanos⁶.

La Iglesia debe estar consciente que su misión de evangelizar no puede prescindir de un conocimiento cuidadoso de los mecanismos que están provocando una nueva forma de vivir,

⁵ Felicísimo Martínez Díez, *“Teología de la Comunicación”*, Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid, 1994.

⁶ Antonio Spadaro, en Revista IHU on-line, 17 de julio de 2011, <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/46062-espiritualidade-e-elementos-para-uma-teologia-da-comunicacao-em-rede>.

pensar y actuar, no sólo para beneficio propio, sino para que las nuevas circunstancias de vida que los medios de comunicación están provocando y generando en la sociedad humana sean leídos, juzgados y orientados a la luz del evangelio⁷.

Sin embargo, en nuestra aproximación como Iglesia a los medios de comunicación y las redes sociales tropezaremos con muchos desafíos. Tal vez un primer desafío, en este caso eclesiológico, sería establecer la demarcación entre la fe como “mercancía” a ser vendida de modo seductor y la fe como acto de inteligencia del ser humano que, motivado por Dios, le da libremente su propia aprobación.

Pensemos, por citar como un ejemplo, las “iglesias” de los llamados “tele-evangelistas”, que transmiten una práctica religiosa individualista que tiende a incluir los valores religiosos únicamente en la conciencia individual, lo cual confirma, apoya y sustenta, los propósitos de la sociedad capitalista de consumo.

Por el contrario, nuestra aproximación y uso de los medios de comunicación y las redes sociales debe ser siempre, no un mundo paralelo distinto de la realidad cotidiana, sino un mundo donde las dos dimensiones, la *on-line* y la *off-line*, están llamadas a armonizarse e integrarse, en la medida de lo posible, en una vida de relaciones plenas y sinceras.

Un segundo desafío, en mi opinión, podría ser el problema de la inculturación, y en este caso estamos en el campo antropológico. En otras palabras, el uso de las ciencias de la comunicación por parte de la teología y de la Iglesia no puede ser instrumental, sino “cultural”. Es necesario no solo evangelizar, sino también “inculturar” la cultura de los *medios*. La cuestión sería no tanto la de encontrar o de crear “medios de comunicación cristianos”, sino de crear una cultura cristiana en el mundo y el lenguaje de los *medios*, entendida como un conjunto de relaciones, lenguaje, leyes y concepciones que estén en línea con una antropología cristiana⁸.

Por tanto, es necesario comenzar a pensar en los medios de comunicación y las redes sociales teológicamente, pero también, tal vez, sería comenzar a pensar la teología en la lógica de los medios de comunicación y las redes sociales.

A seguir vamos a hacer un poco de historia. Y los invito a realizar una breve caminata por los antecedentes de la aproximación teológica a los medios de comunicación y las redes sociales.

HACIENDO HISTORIA

La primera iniciativa para reflexionar teológicamente sobre la comunicación y los medios de comunicación parte de la Iglesia Católica Romana a partir del Concilio Vaticano II.

En 1963, el Decreto Conciliar *Inter Mirifica*⁹ (Entre las maravillas), considerando la internet “una de las maravillosas invenciones de la técnica”, hace recomendaciones sobre el uso de los medios de comunicación.

⁷ Giuseppe Tanzella-Nitti, **Ciencias de la comunicación y revelación cristiana: reflexiones sobre el rol de la teología**, <http://www.clerus.org/clerus/dati/2005-05/10-13/NittiES.html>

⁸ Giuseppe Tanzella-Nitti, **Ciencias de la comunicación y revelación cristiana: reflexiones sobre el rol de la teología**, <http://www.clerus.org/clerus/dati/2005-05/10-13/NittiES.html>

⁹ http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html

A partir de 1967 y hasta el presente, la Iglesia Católica Romana celebra anualmente las **Jornadas de las Comunicaciones Sociales**. En esa primera Jornada el Papa Pablo VI llamó la atención para el uso de los medios de comunicación como un medio de transformación social¹⁰.

En 1971, la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*¹¹ (Comunión para el Progreso) utiliza por primera vez el término «Teología de la Comunicación» como una tarea que consiste en iluminar la realidad de la comunicación humana desde bases teológicas.

Desde 1979 diferentes Conferencias del Episcopado Latinoamericano abordaron la temática de la comunicación social. En 2007, en la Quinta Conferencia celebrada en Aparecida/Brasil, la Teología de la Comunicación vuelve a ser propuesta del pensamiento de la Iglesia Católica Romana y se insiste en la llamada Pastoral de la Comunicación; en el conocimiento y valoración de la nueva cultura de la comunicación; así como en la formación profesional en la cultura de la comunicación.¹²

Del lado anglicano apenas tenemos pequeñas menciones a la importancia de la comunicación y de los medios de comunicación en Lambeth 1958 (Resolución 62) y en resoluciones del Consejo Consultivo Anglicano en 1984 (Resolución 53) y en 1987 (Resolución 21).

En la Confelider 2002,¹³ de la Iglesia Episcopal Anglicana del Brasil (IEAB) fue abordado o tema de la comunicación con la presentación: “**Los medios de comunicación y el anuncio de las Buenas Nuevas**”. En la presentación se destaca la importancia de los medios de comunicación para la misión y la evangelización, así como también la necesidad de capacitar personas para el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación al servicio de la propagación de la fe cristiana. Sin embargo, también se alerta para el uso de las redes de comunicación con las más diversas finalidades que van desde lo que la autora llama, “comercialización de la fe”, “comunicación idolátrica” y los llamados “tele-evangelistas”.¹⁴

En la reunión del Consejo Consultivo Anglicano, Nueva Zelanda, octubre-noviembre, 2012, el Grupo de Trabajo sobre Comunicación, creado por decisión del Comité Central en 2011, presentó un documento sobre Comunicación en la Comunión Anglicana.

En el documento se reconoce que nunca ha habido un serio intento por parte de la Comunión Anglicana para considerar el papel que la comunicación tiene en el pensamiento teológico y eclesiológico de nuestra Comunión. Los medios de comunicación han sido considerados apenas como instrumentos de apoyo y no como un componente esencial de la Iglesia, y por eso la Comunión Anglicana ha permanecido por décadas estancada con relación a esta temática. Finalmente el documento reconoce la necesidad crear en nuestros seminarios y

¹⁰ http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/messages/communications/documents/hf_p-vi_mes_19670507_i-com-day.html.

¹¹ www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_s_p.html

¹² Ver http://www.vidanuevadigital.com/wp-content/uploads/2013/04/Documento_Conclusivo_Aparecida.pdf, p.247-249..

¹³ Las Confelider es la conferencia nacional de los líderes clericales y legos de la Iglesia Episcopal Anglicana del Brasil (IEAB) que tiene como objetivo promover la formación continuada de los líderes clericales y legos, así como suscitar el diálogo sobre asuntos que serán encaminado a los Sínodos de la IEAB

¹⁴ Ver Karla Regina Maceda P. Patriota, en, www.ieab.org.br/confelider/Documentos/comunicacao.doc

facultades de teología cursos de entrenamiento y formación en el campo de la comunicación, donde la comunicación sea estudiada holísticamente, prácticamente y teológicamente.¹⁵

En 2015 la 78ª Convención General de la Iglesia Episcopal en los Estados Unidos creó el *Grupo de Trabajo para Aprovechar las Redes Sociales para el Evangelismo*. El grupo produjo el documento: *“Una Teología Práctica del Evangelismo Episcopal: cara a cara y en el ciberespacio”*, documento que fue incorporado a los informes para la 79ª Convención General, Austin, Texas, 2-13 de julio de 2018, (Libro Azul, Volumen II).

Comparto algunas ideas del documento que pienso que son relevantes y oportunas para nuestra discusión:

- ✓ Nuestro llamado a compartir la Buena Nueva no desaparece cuando iniciamos sesión en Facebook o Instagram.
- ✓ ¿El evangelismo ha cambiado fundamentalmente desde el ministerio cristiano central que los apóstoles y los antiguos nos han transmitido? No. Pero el mundo dentro del cual vivimos este llamado cambia constantemente. Es hora de seguir al Dios cuyo amor y anhelo no conoce límites ni fronteras.
- ✓ La fe cristiana y la tecnología han estado sincronizadas desde el principio. En los inicios del movimiento de Jesús, las tecnologías como las carreteras y los barcos hicieron posible formar comunidad, expandir el cristianismo por el mundo antiguo, difundir noticias y observar las vidas de los demás de formas que antes no eran posibles.
- ✓ No es sorprendente, entonces, que la Iglesia esté pensando detenidamente sobre las redes sociales y los efectos de enlace que las sustentan. Todavía estamos en los comienzos de esta particular revolución de las comunicaciones, pero debe quedar claro que la Iglesia no es ajena a aprender a usar y adaptar la tecnología para los propósitos de Dios
- ✓ Para este propósito debemos abandonar la falsa idea de una división entre el espacio secular y el profano, ya sea dentro o fuera de la nave de la iglesia, o entre la presencia física cara a cara y la red. Reclamamos como episcopales que Dios está obrando en el mundo y que todas las cosas fueron creadas por Dios
- ✓ De hecho, quizás la práctica de nuestra presencia evangelística, escuchar y hablar a través de las redes sociales, nos pueda llevar más profundamente a una relación amorosa con Jesús.¹⁶

Pasemos ahora a reflexionar sobre la experiencia de la Iglesia Episcopal Anglicana del Brasil (IEAB) en el uso de las redes sociales.

LAS REDES SOCIALES: LA EXPERIENCIA BRASILEÑA

¹⁵ <http://www.anglicancommunion.org/structures/instruments-of-communion/acc/acc-15.aspx>

¹⁶ Ver Libro Azul, volumen II, p. 717, Informes para la 79ª Convención General, <https://extranet.generalconvention.org/staff/files/download/21371>.

El Centro de Estudios Anglicanos (CEA) es un equipo ejecutivo y colegiado de la Iglesia Episcopal Anglicana del Brasil (IEAB), cuyas funciones son: ser el órgano responsable por el planeamiento y ejecución de todas las actividades de educación a nivel provincial; organizar los cursos curriculares de Teología e Inmersión en Anglicanismo; asesorar las diócesis e instancias provinciales en sus proyectos y programas de formación y capacitación teológica de sus líderes, clérigos y laicos; y ser un centro referencial de bibliografía, documentación y publicaciones de la Comunión Anglicana para la Provincia.

El CEA mantiene histórica y permanentemente una página WEB con amplias y actualizadas informaciones sobre lo que está aconteciendo en la Provincia y en la Comunión Anglicana, y un acervo bibliográfico y documental amplio y diverso para apoyar la formación teológica en la Provincia.

Site CEA: <http://www.centroestudiosanglicanos.com.br/portal/>

Sin embargo, en 2017 el CEA, teniendo en cuenta la llamada “revolución tecnológica” y el crecimiento de las redes sociales, decidió, para ampliar su alcance formativo, misionero y evangelístico, hacerse presente también en las redes sociales, particularmente en el *Facebook*, fundado en 2004 por Mark Zuckerberg y con más de 500 millones de usuarios, e *Instagram*, fundado en 2010 por Kevin Systrom, y con más de 700 millones de usuarios.

Facebook CEA: Com 302 seguidores, desde setembro de 2017. VER LINK:
<https://www.facebook.com/CentroEstudiosAnglicanos/>

Instagram CEA: Com 1.772 seguidores, desde setembro de 2017. VER LINK:
<https://www.instagram.com/centroestudiosanglicanos/>

Estamos en los comienzos de esta experiencia, pero en sintonía con lo expresado en el informe del *Grupo de Trabajo para Aprovechar las Redes Sociales para el Evangelismo*, a la 79ª Convención General de TEC, entendemos también, que la Iglesia no debe estar ajena a la revolución de las comunicaciones, y que debemos aprender y adaptar las nuevas tecnologías para nuestra labor formativa, educativa y misionera, así como para transmitir los valores evangélicos de justicia y solidaridad, pero sin perder de vista que las redes sociales nunca podrán sustituir la necesidad del relacionamiento individual y la vivencia comunitaria.

RESUMIENDO

Estamos llegando al fin de nuestra presentación, y permítanme realizar algunas reflexiones conclusivas.

La comunicación es el rasgo más característico de la historia humana, y reflexionar teológicamente sobre la comunicación es reflexionar sobre un fenómeno esencialmente humano¹⁷. Hacer teología de la comunicación significa reflexionar sobre la experiencia y la práctica de la comunicación a la luz de la fe; ésta y la perspectiva de la revelación son, como en toda reflexión teológica, el horizonte hermenéutico de la reflexión teológica sobre la comunicación humana¹⁸.

¹⁷ Felicísimo Martínez Díez, op. cit., p.27.

¹⁸ Carmita Coronado, publicado em 08/06/2017, ver <http://www.signisalc.org/noticias/articulos/08-06-2017/teologia-y-comunicacion>.

Es necesario recordar que la fe cristiana es una religión de comunicación, que se fundamenta en la auto-comunicación de Deus (Cf. Gn 1,3), en la encarnación en Jesús de Nazaret como el punto más alto de la comunicación de Dios (Cf. Jn 1,14; Ap 21,2-5), y en la Iglesia que está llamada a comunicarse contextualmente en las diferentes culturas (Cf. Mt 28,16-20; Hch 2,1-12).

Debemos estar conscientes del cambio cultural, rápido y profundo, provocado por las nuevas tecnologías y las redes sociales. Por tanto, el fenómeno de las comunicaciones sociales debe estimular a la Iglesia a una revisión cultural que la haga capaz de enfrentar de manera adecuada el cambio de época que estamos viviendo.

Es innegable que la mayoría de las personas tienen perfiles en alguna red social. Hasta las personas más humildes tienen un perfil en alguna red social para mostrar las actividades que realizan. Siendo así, como Iglesia debemos reconocer la importancia de los medios de comunicación y las redes sociales para nuestra labor formativa, misionera y evangelística. Como Iglesia no podemos estar ajenos a esta realidad y estamos llamados a descubrir en la llamada “cultura digital”, símbolos y metáforas significativas que puedan ayudar a hablar del Reino de Dios al ser humano de hoy.

Finalmente nuestra preocupación con los medios de comunicación y las redes sociales no debe ser sólo para llegar a más personas, sino también debemos preocuparnos con la formación, en nuestros seminarios y facultades de teología, de personas capacitadas para el uso de las nuevas tecnologías al servicio de nuestra misión de «proclamar las Buenas Nuevas del Reino de Dios».