

YACHAY ADHIERE A UNA LICENCIA CREATIVE COMMONS

ATTRIBUTION-NONCOMMERCIAL 4.0
INTERNATIONAL – (CC BY-NC 4.0)DOI: <https://doi.org/10.35319/yachay.202581167>

Confianza distribuida, sinodalidad y misión digital. Fuerzas creativas y dinamizadoras en la vida de la Iglesia

Distributed trust, synodality, and digital mission. Creative and dynamic forces in the life of the Church

*Juan Narbona*¹

Resumen

La sinodalidad, rasgo de una Iglesia misionera, requiere una comunicación auténtica que fomente la credibilidad y la participación. Frente al individualismo y la cultura de la sospecha contemporáneos, se destaca la importancia de los bienes relacionales, en particular de la confianza. En una Iglesia donde todos participan de la misión, la confianza surge como un valor fundamental. En el mundo digital, esta se distribuye horizontalmente, aportando empatía y autenticidad a los mensajes.

Palabras clave

Sinodalidad – confianza – confianza distribuida – misión digital – evangelización

Abstract

Synodality, a hallmark of a missionary Church, requires authentic communication that fosters credibility and participation. In the face of contemporary individualism and the culture of suspicion, the importance of relational goods, particularly trust, is highlighted. In a Church where everyone participates in mission, trust emerges as a fundamental value. In the digital

¹ Pontificia Università della Santa Croce, Roma, Italia

world, trust is distributed horizontally, bringing empathy and authenticity to messages.

Key words

Synodality – trust – distributed trust – digital mission – evangelization

Introducción

La sinodalidad puede ser entendida como el elemento catalizador de la “transformación misionera de la Iglesia” (EG 19)². Por eso, desde el inicio de su pontificado, Francisco ha invitado a la Iglesia a reflexionar sobre este aspecto de la identidad de la Esposa de Cristo, necesario para afrontar el tercer milenio. La adecuada comprensión y aplicación de la sinodalidad permitiría profundizar fielmente en otros rasgos importantes, como el protagonismo de los bautizados, el ministerio jerárquico, el ministerio petrino, el progresivo discernimiento en cuestiones doctrinales, la actitud ante los desafíos culturales, etcétera.

Como ha quedado recogido en el documento de síntesis del reciente Sínodo, una de las conclusiones surgidas de la reflexión apunta a la relevancia del mundo digital, al que se considera “una dimensión crucial del testimonio de la Iglesia en la cultura contemporánea”³. Por eso, el mismo texto invita a estudiar con más profundidad cómo interactúan mutuamente dos de las revoluciones más importantes de la historia: internet y la fe cristiana. En este artículo abordamos dos aspectos muy concretos y, al mismo tiempo, nucleares a las dos revoluciones apenas mencionadas: la comunicación y la confianza.

² Francisco, “Exhortación apostólica *Evangelii Gaudium* sobre el anuncio del Evangelio en el mundo actual”, 2013.

³ XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos. “Una Iglesia sinodal en misión. Informe de síntesis”, 2023, n. 17, b.

1. Sinodalidad y comunicación

La sinodalidad exige una aproximación multidisciplinar para ser comprendida en su plenitud y quedar enraizada en la vida de la Iglesia. Requiere que se desarrolle al mismo tiempo una reflexión teológica, eclesiológica, pastoral, sociológica, etcétera. Con esta premisa, la pregunta que guía estas páginas es la siguiente: ¿es posible también pensar sobre la sinodalidad desde el prisma de la comunicación?

El origen etimológico de la palabra “comunicación” remite a los términos latinos *cum* y *munus*, que podrían traducirse como “compartir algo con el otro”. Por su parte, como es ya sabido, la palabra “sínodo” procede del griego, de la unión de *syn* (juntos) y *odos* (camino): “caminar juntos”. Al devolver a los dos términos el significado que esconden, resulta más sencillo comprender la estrecha relación entre ambos. No puede haber sinodalidad sin comunicación; al mismo tiempo, la comunicación sincera parece un ingrediente imprescindible para reforzar la sinodalidad. “¿De qué hablabais mientras ibais de camino?” (Mc 9, 33), pregunta Jesús a sus discípulos; “¿Qué venían discutiendo por el camino?” (Lc 24,17), interroga a los de Emaús; “Mientras caminaba hacia Jerusalén, uno le dijo...” (Lc 13,22-23). Camino y comunicación parecen solicitarse mutuamente en las páginas del Evangelio.

Una de las reflexiones más claras sobre la sinodalidad señala que esta “es la forma específica de vivir y obrar de la Iglesia como Pueblo de Dios, que manifiesta y realiza concretamente su ser comunión al caminar juntos”⁴. Más adelante, se especifica que “la sinodalidad se articula en torno a tres ejes: comunión, participación y misión”⁵. Esta autocomprensión de la Iglesia como comunión misionera está haciéndose más evidente hoy, pero ya estaba presente entre los primeros cristianos, como expresa de manera formidable Pablo, cuando recuerda a los de Éfeso que deben anunciar “un solo Dios y Padre de todos, que está sobre todos, actúa por medio de todos y habita en todos” (Ef 4,6).

⁴ Comisión Teológica Internacional, *La sinodalidad en la vida y misión de la Iglesia* (Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2018), 6.

⁵ Comisión Teológica Internacional, *La sinodalidad en la vida y misión de la Iglesia*, 70.

Esta corriente de reflexión sobre la sinodalidad, que desea reavivar en la Iglesia su carácter de comunión misionera, coincide en el tiempo con un particular interés en ámbito académico hacia un tema conceptualmente cercano: la relacionalidad. El motivo por el que los estudiosos están manifestando interés en este concepto se encuentra en el impacto negativo que está causando el individualismo en muchas esferas de la sociedad (la vida familiar, empresarial, política...). El relativismo, la globalización, los cambios demográficos y otros muchos factores están contribuyendo a un mayor aislamiento de los individuos que conforman la sociedad, debilitando así los lazos comunitarios. Como ocurre a cualquier cuerpo débil, la sociedad es ahora más frágil ante las amenazas que la acechan, y eso se manifiesta en la extensión de fenómenos como la soledad, la violencia, la disolución de las familias o la pobreza. A este fenómeno se refiere en diversas ocasiones el Papa Francisco en su primera exhortación apostólica, por ejemplo cuando señala que “el individualismo posmoderno y globalizado favorece un estilo de vida que debilita el desarrollo y la estabilidad de los vínculos entre las personas, y que desnaturaliza los vínculos familiares”; por eso mismo subraya la importancia de promover “una comunión que sane, promueva y afiance los vínculos interpersonales” (EG 67).

La consistencia en las relaciones dentro de cualquier comunidad es una condición necesaria de su supervivencia. Por eso, Donati destaca la importancia de los “bienes relacionales”⁶, esos valores intangibles que nacen de las relaciones y sólo de ellas, que benefician recíprocamente tanto a los miembros de una colectividad como al conjunto. La honestidad, el respeto, la puntualidad o la generosidad son algunos ejemplos: cuando los miembros de una comunidad se empeñan por cultivar ese tipo de valores, cada persona individualmente y toda la colectividad salen ganando. Pero esos bienes relacionales no son únicamente de naturaleza interpersonal, sino que es posible identificar otros de tipo “secundario”: bienes compartidos por un gran número de personas que tienen entre sí relaciones mediadas por una organización, es decir, que comparten una pertenencia asociativa (la participación, la responsabilidad, la colaboración...). Además de éstos, en la Iglesia existen otros bienes relacionales

⁶ Pierpaolo Donati, *Scoprire i beni relazionali: Per generare una nuova socialità* (S/I: Rubbettino, 2019), Kindle pos. 163.

particulares que benefician tanto a la comunidad de fe como a la sociedad en su conjunto: la fe, la caridad, la esperanza, la comunión...

Lógicamente, las mayores amenazas contra los bienes relacionales son aquellas fuerzas que empujan a la desunión y aíslan a la persona, bien porque la enfrentan a los demás, bien porque la anonimizan. En este sentido, la sinodalidad se presenta como un fenómeno dinamizador de las relaciones, tanto las intraeclesiales como aquellas enfocadas a la misión. Es urgente, por tanto, poner en marcha diversos mecanismos que sean capaces de equilibrar el efecto negativo del individualismo en la Iglesia y en la sociedad:

La práctica sinodal forma parte de la respuesta profética de la Iglesia al individualismo que se repliega sobre sí mismo, a un populismo que divide y a una globalización que homogeneiza, eliminando las diferencias. No resuelve estos problemas, pero ofrece un modo alternativo de ser y de obrar lleno de esperanza, que integra la pluralidad de perspectivas para ser ulteriormente explorado e iluminado⁷.

Si el aislamiento y la polarización amenazan la relacionalidad, la apertura y el debate sincero la refuerzan. De ahí la importancia de promover una comunicación sana y abierta al interno de las comunidades, que al mismo tiempo capacite para anunciar el Evangelio. Una comunicación que no sea únicamente informativa, unidireccional, sino participativa. Porque la información puede facilitar la unión, sí; pero sólo la participación permite la comunión. La participación refuerza las relaciones multidireccionales, propias de un cuerpo vivo, y no sólo en sentido vertical, jerárquico.

Por tanto, teniendo presente la obvia dependencia entre relacionalidad y comunicación, podemos recuperar ahora la pregunta planteada al inicio: ¿qué aporta la comunicación a la sinodalidad? ¿Cómo puede enriquecer la comunicación a la autocomprensión de la Iglesia en cuanto comunidad misionera en la que todos participen de la misión?

⁷ XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos. "Una Iglesia sinodal en misión. Informe de síntesis", 2023, parte 1, 1, I.

2. Confianza y cultura de la sospecha

Muchos son los bienes relacionales que se benefician de una buena comunicación. Sin embargo, en estas páginas queremos centrar la atención en uno de los más relevantes y necesarios: la confianza. En cuanto bien relacional,

[...] surge entre dos o más sujetos que estabilizan sus expectativas de fiabilidad mutua en una relación en la que se producen interacciones y transacciones que les benefician a ellos mismos y que también pueden generar un clima de confianza a su alrededor. La confianza interpersonal primaria puede atraer a un grupo más amplio, e incluso puede proyectarse sobre una asociación u organización más amplia⁸.

Pero, ¿qué es la confianza? El origen etimológico de la palabra conserva la esencia de su significado: el término latino *fides* proviene del griego, *pistis*, que a su vez procede del sánscrito, *fid*, verbo que significa “atar”. Quien, para confiar en una persona, utilizó por primera vez el mismo verbo que se usaba, por ejemplo, para atar (*fid*) un caballo a un poste, quería expresar que su futuro seguía ligado al del otro, basándose únicamente en la fuerza –fuerte y frágil al mismo tiempo– de una promesa⁹. Desde entonces, confiar significa dar un salto al vacío con la esperanza de que el comportamiento futuro de la otra parte sea coherente con las expectativas generadas. La confianza aparece así como la fuerza capaz de proyectar al hombre y a cualquier comunidad hacia el futuro, pero al mismo tiempo los hace frágilmente dependientes de la colaboración de los demás.

Diversos autores han señalado recientemente que atravesamos un período marcado por la “cultura de la sospecha”¹⁰, un contexto social en el que la confianza circula a una velocidad más lenta. El mayor conocimiento de escándalos por parte de la opinión pública, así como una contaminación de la comunicación social (arrastrada por fenómenos como el discurso del odio, las

⁸ Donati, *Scoprire i beni...* Kindle pos. 212.

⁹ Es difícil no ver el origen terminológico que comparten los términos *fe* y *confianza*. La fe en Dios es el acto de confianza supremo, porque el hombre se abandona en Él, como frecuentemente recuerdan las Escrituras (Sal 18:2; Sal 27:3; Prov 3:5-6; 2 Sam 22:1-4; Is 12:2; 1 Jn 3:21-23...).

¹⁰ Onora O'Neill, *A question of trust. The Reith lectures* (Cambridge: Cambridge University Press, 2002), 6; Michael Bacharach y Diego Gambetta, “Trust as type detection”, en Cristiano Castelfranchi y Yao-Hua Tanin, *Trust and deception in virtual societies* (Dordrecht: Springer Netherlands, 2001), 1-26.

noticias faltas, la polarización, la sobrecarga informativa o la emocionalidad de los contenidos), desincentiva a las personas a abandonarse en los demás, y en particular en aquellas instituciones que durante siglos han sido las columnas vertebrales de la sociedad (por ejemplo, los partidos políticos, el ejército, la banca y, por supuesto, la Iglesia). Según Botsman, tres son las razones por las que las instituciones han perdido su atractivo¹¹: la disparidad en la asunción de responsabilidades (algunas personas son castigadas por comportamientos incorrectos, mientras que otras se salen con la suya); el ocaso de las élites y la autoridad (la era digital aplanan las jerarquías y erosiona la confianza en los expertos, los ricos y los poderosos); y las cámaras de eco segregadas (el hecho de que vivamos en nuestros guetos culturales y seamos sordos a otras voces). La Iglesia no es ajena a este fenómeno. Como constata Francisco, “la cultura mediática y algunos ambientes intelectuales a veces transmiten una marcada desconfianza hacia el mensaje de la Iglesia y un cierto desencanto” (EG 79).

Junto a la mirada de sospecha que se puede cernir hacia la Iglesia, existe también el desafío de la confianza interna entre quienes la componen. Esta desconfianza, que es siempre una amenaza en cualquier comunidad humana, puede condicionar profundamente la vida de la Iglesia, en particular durante algunos períodos marcados por los conflictos internos, las crisis externas, la presión del entorno, y otros. Un ejemplo muy cercano lo hallamos en la crisis de abusos sexuales que agita la Iglesia desde inicios del siglo XXI. Las medidas impuestas para evitar que ocurran de nuevo han tenido también efectos internos, porque la crisis ejerce una fuerte presión e impone un clima tenso. Esta desconfianza mutua acaba desgastando la comunión y apagando el entusiasmo evangelizador. Algunos datos ilustran este fenómeno: por ejemplo, en 2022, un 76% de los sacerdotes estadounidenses no confiaban en los obispos (aunque un 49% confiaba al menos en *su* obispo)¹².

Una sinodalidad basada en la comunión, la participación y la misión no se sostiene en un contexto de desconfianza. Por un lado, la misión requiere que la

¹¹ Rachel Botsman, *Who can you trust? How technology brought us together and why it might drive us apart* (New York: PublicAffairs, 2017), Kindle pos. 701.

¹² Stephen White et al, *Well-being, trust, and policy in a time of crisis. Highlights from the national study of Catholic priests* (The Catholic University of America, Octubre 2022), [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgltclefindmka/jhttps://catholicproject.catholic.edu/wp-content/uploads/2022/10/Catholic-Project-Final.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgltclefindmka/jhttps://catholicproject.catholic.edu/wp-content/uploads/2022/10/Catholic-Project-Final.pdf).

Iglesia y sus miembros sean creíbles para poder dar testimonio, no obstante sus imperfecciones, que siempre existirán. Por otro, la comunión y la participación exigen una mayor confianza de los pastores hacia los fieles laicos y de estos hacia los pastores, porque “ninguna realidad puede subsistir sin la otra”¹³. Los primeros tienen que confirmar que creen verdaderamente que “cada uno de los bautizados, cualquiera que sea su función en la Iglesia y el grado de instrucción de su fe, es un agente evangelizador, y sería inadecuado pensar en un esquema de evangelización llevado adelante por actores calificados donde el resto del pueblo fiel sea sólo receptivo de sus acciones” (EG 120); los fieles laicos, por su parte, “están llamados a acoger con espíritu de docilidad y confianza las enseñanzas y orientaciones del Magisterio legítimo de sus pastores” (ChL 63)¹⁴. Por eso siempre será necesario trabajar para promover una confianza mutua entre los diversos dones presentes en la Iglesia, como ilustran estas palabras: “El *sensus fidei* impide una rígida separación entre *Ecclesia docens* y *Ecclesia discens*, ya que también el rebaño tiene su ‘olfato’ para encontrar nuevos caminos que el Señor abre a la Iglesia”¹⁵. Con todo, esta necesidad se hace mayor cuando se propone un impulso evangelizador que requerirá el empeño de todos.

3. Nuevas dinámicas para la confianza

¿Cómo inspirar de nuevo esa confianza entre quienes componen el cuerpo de Cristo, y entre ellos y quien espera, quizá sin saberlo, el Anuncio? Tomás de Aquino decía que la confianza es una modalidad de la virtud de la esperanza que se sustenta en la fortaleza y requiere de la magnanimidad. Para él, se trata de “la esperanza fortalecida por una firme convicción”¹⁶. Por tanto, desde una perspectiva de fe, para ser capaces de confiar en Dios, en la Iglesia, en sus pastores, en los fieles, o incluso en uno mismo, es necesario solicitar esa virtud sobrenatural que proviene de Dios¹⁷ (CEC 1817). Pero, al mismo tiempo,

¹³ Francisco, *Episcopalis Communio*: Constitución apostólica sobre el Sínodo de los Obispos (Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2018), 10.

¹⁴ Juan Pablo II, “Exhortación apostólica postsinodal *Christifideles Laici* sobre la vocación y misión de los laicos en la Iglesia y en el mundo” (Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1988).

¹⁵ Francisco, “Discurso 50º aniv. de la institución del Sínodo de Obispos, 17 octubre 2015”.

¹⁶ “*Est enim fiducia spes roborata ex aliqua firme opinione*”. Tomás de Aquino, *Summa Theologica*. IIa, IIae. q. 129, art. 6, ad 3.

¹⁷ *Catecismo de la Iglesia Católica* (Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1997).

también es necesario cultivar las condiciones para ser merecedores de la confianza de los demás. Nos centraremos en el segundo aspecto para aplicarlo a una Iglesia misionera. ¿Cómo merecer la confianza en el momento actual?

La primera propuesta relevante sobre los ingredientes de la afabilidad la hizo Aristóteles, quien en la *Retórica* enumera las virtudes que debe tener el orador para persuadir con su discurso¹⁸: el *logos*, el *pathos* y el *ethos* (simplificando: el discurso, la empatía y la credibilidad moral del orador). Numerosos autores contemporáneos han hecho otras propuestas similares, aunque todas remiten de alguna manera a las reflexiones del filósofo griego. Estudiar cómo la Iglesia puede inspirar confianza a partir de estos tres elementos exigiría un análisis excesivamente amplio y genérico, por eso nos centraremos en un ámbito sobre el que el sínodo reciente ha manifestado un particular interés: el mundo digital¹⁹.

Como hemos dicho, en el momento actual la confianza vertical (hacia las élites, los expertos o, en el caso de la Iglesia, la jerarquía) no atraviesa su mejor momento²⁰. Sin embargo, recordemos que no es posible prescindir de la confianza en ningún modo, por eso cuando esta encuentra dificultades para circular de una manera, encuentra otras alternativas. “¿Y si la confianza, como la energía, no pudiera destruirse, sino que solo pudiera cambiar de forma?”²¹, se pregunta Botsman. Para esta autora, gracias a la revolución digital, se está difundiendo la “confianza distribuida”, una propuesta de relación esperanzada que viaja en sentido horizontal, hacia nuestros semejantes, hacia las personas con las que compartimos las mismas expectativas y riesgos. Y eso está ocurriendo gracias a internet, donde cada individuo está conectado con innumerables otros individuos, a los que confiar sus propias preguntas o realizar sus propuestas. La confianza distribuida funciona gracias a los “criterios de fiabilidad” propios que existen en el contexto virtual²².

¹⁸ Aristóteles, *Retórica*, Libro 1, Cap. II, 1356°.

¹⁹ XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos. “Una Iglesia sinodal en misión. Informe de síntesis”, 2023, 17.

²⁰ Thomas Nicols, *The death of expertise: the campaign against established knowledge and why it matters* (Oxford University Press, 2017).

²¹ Botsman, *Who can you trust?*, Kindle pos. 180.

²² Por ejemplo, compramos en *Amazon*, buscamos alojamiento en *AirBNB* o seleccionamos un restaurante en *Tripadvisor* porque nos fiamos de la opinión de muchos o “sabiduría de las masas”, y porque los usuarios confían ciegamente en los algoritmos que ordenan y filtran la información. Más información: James Surowiecki, *The wisdom of crowds* (Knopf Doubleday, New York, 2005).

La revolución digital ha devuelto la voz a las personas, ha humanizado la comunicación pública. Cada vez más damos credibilidad a quien ofrece su testimonio, y cada vez menos escuchamos las voces colectivas o institucionales.

Hoy en día, la confianza y la influencia se dirigen más hacia “las personas” —familiares, amigos, compañeros de clase, colegas, incluso extraños— que hacia las élites jerárquicas, los expertos y las autoridades. Es una época en la que los individuos importan más que las instituciones (...). La confianza en las instituciones, un acto de fe en una élite que opera a puerta cerrada, no es apropiada para la era digital²³.

Estamos al comienzo de la tercera revolución de la confianza en la historia de la humanidad. Cuando vivíamos dentro de las fronteras de pequeñas comunidades en las que todos se conocían entre sí, la confianza era *local*. Con la globalización, la sociedad se agrupó en comunidades cada vez más complejas, y surgió la confianza *institucional*. Sin que las anteriores vayan a desaparecer, gracias a internet está desarrollándose ahora la confianza *distribuida*: la credibilidad vuelve a buscarse en aquellas personas que despiertan nuestro interés y demuestran capacidad para responder a nuestras cuestiones. Por eso, la cultura digital está provocando que escuchemos cada vez más no necesariamente a quien ocupa puestos relevantes, sino a quien llega a serlo con su testimonio, con su mensaje y, a menudo aunque no necesariamente, con la legitimidad que otorga el apoyo de una amplia comunidad de seguidores.

Esta fuerza de la confianza horizontal puede reconocerse fácilmente entre aquellos tesoros que quiere fomentar la sinodalidad: es decir, descubrir en el pueblo de Dios esa sabiduría y celo que Dios ha dado a toda su Iglesia, no sólo a los pastores:

“¡‘Todos’ no es una palabra que pueda ser malinterpretada! —ha dicho Francisco—. El clericalismo, que como tentación —perversa— serpentea a diario entre nosotros, nos hace pensar siempre en un Dios que le habla sólo a algunos, mientras que los demás sólo deben escuchar y ejecutar. El Sínodo trata de ser la experiencia de sentirnos todos miembros de un pueblo más grande: el santo Pueblo fiel de Dios y, por tanto, discípulos que escuchan y,

²³ Botsman, *Who can...*, Kindle pos 153.

precisamente por esa escucha, pueden comprender también la voluntad de Dios, que se manifiesta siempre de manera imprevisible”²⁴.

Es esta una verdad que, basándose en la verdad de la comunión de los santos, ya había proclamado el Concilio Vaticano II (LG 12)²⁵.

4. La confianza distribuida y la misión digital

Como puede deducirse del punto anterior, la revolución digital está contribuyendo a cultivar en la Iglesia una dinámica sinodal, donde todos pueden ser sujetos activos de la evangelización. La pastoral digital tiene un importante “valor de primer anuncio y de salida hacia los alejados, como también el de un acompañamiento capilar. Asimismo, por las propias características de la digitalidad se necesita el apoyo y la coordinación con las estructuras presenciales, para poder dar respuesta, seguimiento y ‘carne’ a la vida de la fe”²⁶.

Sin quitar a los pastores la misión que les es propia, la confianza distribuida ayuda a extender a todo el pueblo de Dios la conciencia misionera. El testimonio evangelizador que se puede vehicular en internet permite desarrollar la misión “a partir de los dones y de los roles de cada uno, sin clericalizar a los laicos y sin secularizar a los clérigos”²⁷. A algunos, la misión digital les llevará a hablar directamente de Dios en el entorno online, anunciando el Evangelio con la palabra; a otros, les animará a actuar en el espacio virtual de modo coherente con su fe, mostrando el Evangelio de las obras, desarrollando iniciativas digitales que contribuyan positivamente y con un espíritu cristiano al desarrollo de la sociedad: iniciativas online de educación, investigación, información, entretenimiento, etcétera²⁸.

²⁴ Francisco, Discurso a los miembros del colegio cardenalicio y de la curia romana con motivo de las felicitaciones navideñas, 23 de diciembre de 2021.

²⁵ Concilio Vaticano II, “Constitución dogmática *Lumen Gentium* sobre la Iglesia”, 1964.

²⁶ Lucio Ruiz, “La formación de los seminaristas para la ‘Cultura digital’” (2025).

²⁷ Comisión Teológica Internacional, La sinodalidad..., n. 104.

²⁸ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales* (Ciudad del Vaticano: Librería Editrice Vaticana, 2023), 76.

Tras estas reflexiones, queda preguntarse: ¿de qué manera puede la actividad *online* reforzar la confianza distribuida en la Iglesia? Para abordar este punto, recuperaremos los tres *pistei* aristotélicos o elementos para inspirar confianza:

- *Logos*: el primer instrumento para inspirar confianza es el propio mensaje. Internet permite proponer contenidos a quien está geográficamente y vitalmente lejano: “Es indudable su valor de primer anuncio y de salida hacia los alejados, como también el de un acompañamiento capilar”²⁹. Para interceptar los interrogantes de esos usuarios en el espacio compartido de las redes sociales, será conveniente partir de las cuestiones que inquietan a todo hombre y llegar progresivamente a las verdades de la fe. Como la Iglesia “crece por atracción”³⁰, funcionan mejor las propuestas positivas.

Además, para que ese contenido sea relevante, será necesario utilizar la gramática que es propia a cada canal específico (que depende de factores tan diversos como el formato, el estilo, el tono, la periodicidad, la interacción...). En efecto, “el cómo decimos algo es tan importante como el qué decimos”³¹. Por tanto, la confianza en el ámbito digital pasa por adaptarse con profesionalidad a los lenguajes digitales y aprender a hacer relevante y auténtico el mensaje que se ofrece.

- *Pathos*: para Aristóteles, el orador tiene que empatizar con el público. Se trata de la capacidad de leer en el prójimo aquellos estados mentales y emocionales que reconocemos en nosotros mismos, manteniendo, sin embargo, la alteridad. Precisamente, facilitando la interactividad y la cercanía virtual, “estamos invitados a mirar más allá de nuestra zona de seguridad, de nuestros compartimentos estancos y de nuestras burbujas (...). Y todo comienza con la capacidad de escuchar bien, de

²⁹ Ruiz, “La formación de los seminaristas...”, 7.

³⁰ Benedicto XVI, “Homilía en la misa de inauguración de la V Conferencia del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, 13 mayo 2007”.

³¹ Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, 65-66.

dejar que la realidad del otro nos toque”³². En este punto, la escucha, la Iglesia comparte la misma inquietud que otras muchas organizaciones sociales, signo de que la comunicación está experimentando un fuerte cambio de paradigma³³ (aunque los motivos pueden diferir: la Iglesia desea escuchar porque, por naturaleza, es una realidad comunitaria; otras realidades pueden tener otros motivos, como la eficacia, el impacto, las ventas, y otros).

Los pensadores griegos aconsejaban cultivar la *eunoia* (literalmente, pensar bien de otro), es decir, una mirada benévola y sin prejuicios hacia los demás. Compartir contenidos de otros, participar en sus comunidades, manifestar los propios sentimientos, compartir dificultades... permitirá dar un rostro humano a la Iglesia y creará así un espacio compartido que permita ofrecer la propuesta cristiana en toda su belleza.

La pastoral digital permite escuchar, curar heridas, misericordiar, creando puentes con las realidades presenciales, yendo a buscar a los que están lejos, dando tiempo para la escucha y la respuesta, teniendo presencia en espacios y tiempos del todo alejados de la posibilidad de evangelización, superando vergüenzas, temores, distancias y tantos otros impedimentos, que de otra manera no serían posibles³⁴.

- *Ethos*: es el elemento más importante, pues hace referencia a la integridad de quien pide la confianza. Se trata de demostrar coherencia con los valores que se proponen en la relación. Un influencer cristiano que diluya la fe prescindiendo expresamente en su discurso de las verdades menos populares, que no cultive su propia espiritualidad, que critique a los pastores o a otros fieles, o que manifiestamente carezca de algunas virtudes particularmente necesarias para hacer creíble el testimonio (por ejemplo, la humildad, la caridad o la pobreza) no logrará inspirar confianza en su audiencia.

³² Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia*, 29.

³³ Jim MacNamara, *Organizational listening II: Expanding the concept, theory, and practice* (New York: Peter Lang, 2021).

³⁴ Ruiz, “La formación de los seminaristas...”, 7.

Al comunicador cristiano no le puede ocurrir lo mismo que al destinatario de una carta del filósofo Friedrich Nietzsche, quien reprochaba lo siguiente: “No me molesta que me hayas mentido, me molesta que a partir de ahora no pueda creerte”³⁵. Un comportamiento incoherente o insincero destruye la confianza. El *Kerygma* cristiano puede ser más o menos compartido entre el misionero digital y quien lo escucha, pero para que el testimonio tenga credibilidad debe ser radicalmente encarnado en quien lo anuncia, aunque no se muestre expresamente.

Conclusión

En estas páginas hemos hablado sobre la importancia de la confianza en cuanto bien relacional, necesario para la comunión, la participación y la misión. También hemos visto cómo está circulando de modos prometedores en el entorno digital. Con todo, como recuerda Francisco, la confianza sobre la que se fundamenta todo es la que cada persona debe tener hacia su propia llamada divina: “Nadie puede emprender una lucha si de antemano no confía plenamente en el triunfo. El que comienza sin confiar perdió de antemano la mitad de la batalla y entierra sus talentos” (EG 85).

Los misioneros digitales pueden llegar a ser el rostro amable de Cristo que muchas personas no logran ver en la Iglesia institucional. Para ello, deben cultivar una profunda vida de fe dentro y fuera del entorno virtual (por ejemplo, en contacto con los sacramentos), comunicar con profesionalidad y sentido de misión, y conectar con todos movidos por la caridad. Se trata, en definitiva, de ser discípulos que remiten a Cristo: discípulos creyentes, creíbles y queribles.

³⁵ Friedrich Nietzsche, *Beyond good and evil*. (London: Penguin Classics, 2003 [obra original: 1886]), IV, Aphorism 183.

Bibliografía

- Aristóteles. *Retórica*. Editado por Alberto Bernabé. Madrid: Alianza, 2002.
- Bacharach, Michael y Diego Gambetta. “Trust as type detection”. En Castelfranchi, Cristiano y Yao-Hua Tanin. *Trust and deception in virtual societies*. Dordrecht: Springer Netherlands, 2001.
- Benedicto XVI, “Homilía en la misa de inauguración de la V Conferencia del Episcopado Latinoamericano y del Caribe, 13 mayo 2007”. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/homilies/2007/documents/hf_ben-xvi_hom_20070513_conference-brazil.html.
- Botsman, Rachel. *Who can you trust? How technology brought us together and why it might drive us apart*. New York: PublicAffairs, 2017.
- Catecismo de la Iglesia Católica*. (Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1997).
- Comisión Teológica Internacional. *La sinodalidad en la vida y misión de la Iglesia*. Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2018.
- Concilio Vaticano II, “Constitución dogmática *Lumen Gentium* sobre la Iglesia”. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_sp.html.
- Dicasterio para la Comunicación, *Hacia una plena presencia: Reflexión pastoral sobre la interacción en las redes sociales*. Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2023.
- Donati, Pierpaolo. *Scoprire i beni relazionali: Per generare una nuova socialità* (S/l: Rubbettino, 2019), Kindle pos.
- Francisco. “Exhortación apostólica *Evangelii gaudium* sobre el anuncio del Evangelio en el mundo actual”. <https://www.vatican.va/content/fran->

cesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html.

Francisco, “Discurso 50º aniv. de la institución del Sínodo de Obispos, 17 octubre 2015”. https://www.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2015/october/documents/papa-francesco_20151017_50-anniversario-sinodo.html.

Francisco, *Episcopalis Communio: Constitución apostólica sobre el Sínodo de los Obispos*. Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2018.

Francisco, Discurso a los miembros del colegio cardenalicio y de la curia romana con motivo de las felicitaciones navideñas, 23 de diciembre de 2021. <https://www.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2021/december/documents/20211223-curiaromana.html>.

Juan Pablo II, “Exhortación apostólica postsinodal *Christifideles Laici* sobre la vocación y misión de los laicos en la Iglesia y en el mundo”. Ciudad del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1988.

MacNamara, Jim. *Organizational listening II: Expanding the concept, theory, and practice*. New York: Peter Lang, 2021.

Nicols, Thomas. *The death of expertise: The campaign against established knowledge and why it matters* Oxford University Press, 2017.

Nietzsche, Friedrich. *Beyond good and evil*. (London: Penguin Classics, 2003 [obra original: 1886]).

O’Neill, Onora. *A question of trust. The Reith lectures*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

Ruiz, Lucio. “La formación de los seminaristas para la ‘Cultura digital’” (2025). https://www.academia.edu/128093594/La_formacion_de_los_seminaristas_en_la_cultura_digital.

Tomás de Aquino. *Suma teológica de Santo Tomás de Aquino*. Traducido por Francisco Barbado Viejo et al. Editado por Francisco Barbado Viejo y Santiago Ramírez. Madrid: BAC, 1959.

White, Stephen et al. *Well-being, trust, and policy in a time of crisis. Highlights from the national study of Catholic priests*. The Catholic University of America, Octubre 2022, <chrome-extension://efaidnbmnnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://catholicproject.catholic.edu/wp-content/uploads/2022/10/Catholic-Project-Final.pdf>.

XVI Asamblea General Ordinaria del Sínodo de los Obispos. “Una Iglesia sinodal en misión. Informe de síntesis”. https://www.synod.va/content/dam/synod/assembly/synthesis/spanish/2023.10.28-ESP-Synthesis-Report_IMP.pdf.

Juan Narbona es licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra (España). Tiene PhD en Comunicación Institucional. Es profesor asociado de “Comunicación Digital, Industria y mercados de la comunicación y Storytelling de valores” en la Pontificia Universidad de la Santa Cruz (Italia). Es miembro del editorial board de la revista académica *Church, Communication & Culture*. Es autor de los libros: *Inspiring Trust, Comunicare la fede*; e *Industria e Mercati della comunicazione*.

Email: j.narbona@pusc.it; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8563-0655>.