



El continente digital, un abordaje desde las virtudes humanas¹

JOSÉ GABRIEL VERA BEORLEGUI

Secretario de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social de la CEE

El ser humano vive desde hace treinta años una revolución que ha transformado su vida, su modo de ser, de relacionarse y de trabajar. Ha cambiado la percepción de lo humano y, más allá, de lo que significa ser humano. Esta revolución y sus consecuencias, estrechamente relacionadas, son equiparables a lo que significó para la humanidad el fuego, la escritura o la imprenta. Internet es el acontecimiento más influyente en la vida cotidiana de las personas, de las instituciones y de la sociedad en todo el mundo. Pero no ha venido sola. Si a principios de los años 90 del siglo pasado se popularizó su uso laboral y doméstico, apenas quince años después comenzó una segunda fase de la revolución, con la aparición de las redes sociales apoyadas por la gran innovación tecnológica de los *smartphones* o teléfonos inteligentes. Esto permitió convertir a todas las personas, a partir del uso de internet, en transmisores de información con independencia de su cualificación, competencia o conocimiento. Las consecuencias buenas de ambas transformaciones son realmente buenas, pero las consecuencias negativas son realmente negativas.

1 Mons. José Manuel Lorca es desde 2021 presidente de la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales en la Conferencia Episcopal Española. En este tiempo, ha manifestado su interés por proponer encuentros entre comunicadores cristianos, online y offline, y por formar a las personas en una presencia realmente humana en el mundo de la comunicación, tanto en el mundo presencial como en el mundo digital. Las virtudes humanas y la presencia digital no se enfrentan, más bien manifiesta la necesidad de entenderse y de complementarse.

El horizonte vital señala ya la llegada de una nueva revolución, con impredecibles consecuencias pero que va a transformar una vez más radicalmente, la vida de las personas. Se trata de la Inteligencia artificial generativa, capaz de crear nuevos contenidos, en cualquier formato, a partir de cualquier conocimiento de la humanidad almacenado en internet o en las redes sociales. En este contexto tecnológico tan variable y a la vista de tantas consecuencias que internet, redes sociales e inteligencia artificial están trayendo a la vida de las personas y a su propia humanidad, conviene detenerse para dibujar un modo de afrontarlo que debe volver la mirada a la sabiduría humana que, a lo largo de los siglos, mejor ha contribuido a su humanización.

LA COMUNICACIÓN, ELEMENTO CONSTITUTIVO Y DEFINITORIO DE LA HUMANIDAD

Varios son los rasgos que los antropólogos han definido como elementos que sitúan el comienzo de la presencia de los humanos sobre la tierra. Algunos de ellos son la capacidad de transformar materiales para crear herramientas, la capacidad de comunicarse y de compartir conocimientos y sentimientos, en función de la calidad de la comunicación, la capacidad de establecer vínculos que lleven al cuidado de unos y de otros o las referencias a la trascendencia que se deducen de monumentos megalíticos o de enterramientos funerarios. Esos elementos hablan de vínculos que se crean para sobrevivir en entornos hostiles mediante la comunicación y la ayuda mutua. Sin duda, un elemento definitorio y constitutivo de la humanidad es la capacidad de comunicarse, que puede ser definida como la capacidad de acumular y compartir el conocimiento. Esa capacidad permite el avance constante de la humanidad pues cada generación se enfrenta a su tiempo con la ayuda de los conocimientos de la generación anterior, avanza a partir de ellos y traslada los resultados a la generación siguiente.

El ser humano es humano cuando se comunica. El lenguaje humano fruto de una evolución durante milenios es absolutamente flexible: con un número limitado de sonidos puede producir un número infinito de palabras que, combinadas, forman frases con significados también distintos. Algunos de estos rasgos permiten definir el lenguaje humano, radicalmente distinto del lenguaje que se puede reconocer en el mundo animal: incluye rasgos como la arbitrariedad entre significante y significado, la reflexividad o capacidad de referirse a sí mismo, la mentira que permite expresar mensajes falsos o crear ficción y hablar sobre lo que no existe o el desplazamiento, que permite trasladar la referencia comunicativa a otro tiempo.

El lenguaje permite por tanto trasladar información, experiencias, conocimientos a otras personas que están cerca, con las que se puede interactuar y colaborar para alcanzar fines que sencillos pero que superan las capacidades

individuales. En este rasgo humano que es la capacidad de comunicación, un avance fundamental, el primero, es el de la escritura. Si los monumentos megalíticos y las pinturas rupestres expresan ya la capacidad de comunicación trascendente de los humanos y transmiten un cierto conocimiento, la aparición de la escritura supone una revolución en la capacidad humana de comunicarse. La escritura jeroglífica egipcia o la cuneiforme sumeria manifestará por primera vez la capacidad organizada de acumular el conocimiento fuera del propio individuo que lo transmite y por tanto hacer que este conocimiento permanezca en ausencia de su creador y se prolongue en el tiempo. Las civilizaciones y el desarrollo de las diversas culturas tienen su origen en esta capacidad humana de comunicar, acumular y transmitir conocimiento.

A partir de este momento, la cultura y la educación se acumula en torno a quienes son capaces de crear medios que facilitan la escritura: las tablillas de cera, el pergamino, el papiro, el papel, la tinta china... Quienes controlan los medios controlan la educación y el avance de las sociedades: los que saben leer y escribir, los que son capaces de copiar y almacenar textos, los que son capaces de editar libros, los que los imprimen. La imprenta de Gutenberg, en la mitad del siglo xv, permitió la difusión a gran escala del conocimiento universal. A partir de ella comenzaron también las gacetas para la difusión de noticias, al principio solo comerciales y después también sobre acontecimientos y sobre políticas. Con la imprenta llegó la prensa y con ella los medios de comunicación de masas siempre con un elemento común: un emisor impacta sobre un gran número de receptores. Las implicaciones de este principio fueron rápidamente comprendidas, desde los siglos xviii y xix, por los actores políticos y económicos que inmediatamente propiciaron el desarrollo de estos medios para influir en la sociedad y obtener de ella sus beneficios.

El esquema un emisor, múltiples receptores y la intencionalidad política y económica en la prensa se mantiene con la aparición de los nuevos medios de comunicación de masas; el cine al final del siglo xix, la radio en el primer cuarto del siglo xx y la televisión en la primera mitad del siglo xx, suponen el salto definitivo para la comunicación de masas. La naturaleza humana, siempre la misma, hará que la comunicación de masas, en sus diversas formas instrumentales, sean utilizadas al servicio de intereses comunes o de intereses particulares, para el bien común o para el bien particular.

LA COMUNICACIÓN DIGITAL, EL OTRO GIRO COPERNICANO

Nicolás Copérnico, el polímata polaco hizo público poco antes de morir en 1543 su teoría heliocéntrica, adelantada por Aristarco de Samos. La gran revolu-

ción de la astronomía se apoyó en este cambio de modelo, el giro copernicano, que puso en el centro al sol y a la tierra a dar vueltas a su alrededor. La expresión «giro copernicano» ha quedado validada en la historia para señalar los grandes cambios de principios sólidamente aceptados y divulgados. En comunicación el giro copernicano de igual magnitud se produce con la aparición y popularización de internet. El principio teórico de la descentralización de redes de comunicación interconectadas se realiza por primera vez en 1969, en el proyecto Arpanet. En torno a este progreso tecnológico que permitía la conexión de redes surgieron otros avances para, por ejemplo, la consulta a distancia de archivos de hipertexto, lo que se llamó la world wide web (WWW), y todos los servicios de transferencias de archivos (FTP) o mensajes (SMTP). A partir de los años 90 del siglo pasado, la comunicación digital en red se popularizó en todo el mundo.

La primera gran consecuencia de esta transformación de la comunicación es que los medios de comunicación de masas perdieron su capacidad de mediar. Los medios, como su propio nombre apunta, se habían configurado para la mediación entre las organizaciones, instituciones, empresas o poderes públicos, y las personas que demandaban su información. Pero con la llegada de internet las personas podían dirigirse directamente a cualquier institución o empresa para conocer su actividad, sus productos, sus decisiones, sus proyectos, etc. Conscientes de ello y al mismo tiempo estas organizaciones crearon sus propios cauces de comunicación, libres de mediaciones interesadas que ofrecían sus productos y servicios y también sus puntos de vista, directamente a los usuarios. Del mismo modo actuaron las instituciones públicas, las organizaciones civiles, sociales o deportivas. Todas ellas se constituyeron en sus propios medios de comunicación a través del mundo digital dirigiendo sus contenidos a los usuarios, a otras instituciones interesadas o a los medios de comunicación.

Si este hecho ya supuso un giro radical en la comunicación, el giro se completó quince años después con la aparición de las redes sociales. Las redes sociales transformaron a todas las personas, que hasta entonces eran meros receptores, en creadores de contenido y transmisores de información y permitieron relacionarse a personas y grupos sociales entre sí o con las organizaciones en función de intereses profesionales, gustos, aficiones, actividades institucionales o económicas o características similares. Sin olvidar a quienes empezaron el movimiento de las redes sociales como MySpace, entre las que siguen activas hay que señalar a Facebook (2004), X (antes Twitter, 2006), Whatsapp (2009), Instagram (2010), TikTok (2017). La creación de contenido audiovisual encontró su lugar en otras redes como Youtube (2005) o Spotify (2006) dedicadas más al entretenimiento. En la actualidad, más de cuatro mil millones de personas tienen un perfil en redes sociales que les permiten entrar en relación y difundir su contenido.

En síntesis, las redes sociales permitieron a todas las personas ser emisores de mensajes con capacidad de llegar a todas las otras personas e influir en la transmisión de ideas y conocimientos y en la toma de decisiones de instituciones, corporaciones o empresas. De un emisor que se dirige a un receptor múltiple se pasa a un mundo en el que todos se convierten en creadores de contenido, emisores y receptores. Resumiendo en tres puntos el proceso, el primer paso de internet permitió acceso directo a las fuentes; el segundo paso convirtió a las organizaciones en emisores directos de información y de contenidos; y finalmente, ya con las redes sociales, todas las personas se convierten en creadores de contenido, emisores y receptores. Sin duda en estos años, el número de actores en el trasiego de la información aumenta *ad infinitum*.

DEL FORO AL CONTINENTE, MAPA DE USO

Internet es ciertamente un nuevo «foro», entendido en el antiguo sentido romano de lugar público donde se trataba de política y negocios, se cumplían los deberes religiosos, se desarrollaba gran parte de la vida social de la ciudad, y se manifestaba lo mejor y lo peor de la naturaleza humana. Era un lugar de la ciudad muy concurrido y animado, que no sólo reflejaba la cultura del ambiente, sino que también creaba una cultura propia. Esto mismo sucede con el ciberespacio, que es, por decirlo así, una nueva frontera que se abre al inicio de este nuevo milenio. Como en las nuevas fronteras de otros tiempos, ésta entraña también peligros y promesas, con el mismo sentido de aventura que caracterizó otros grandes períodos de cambio. Para la Iglesia, el nuevo mundo del ciberespacio es una llamada a la gran aventura de usar su potencial para proclamar el mensaje evangélico. Este desafío está en el centro de lo que significa, al comienzo del milenio, seguir el mandato del Señor de «remar mar adentro»: *Duc in altum* (Lc 5, 4)².

La evolución en estos años de las redes sociales ha hecho aflorar, al otro lado de ese «mar adentro» un continente, el continente digital. Es el que se crea a partir de la interacción de personas y organizaciones a través de aparatos tecnológicos que se han difundido de manera especial a partir de 2010: las aplicaciones, las tabletas, los teléfonos inteligentes o la nube en la que casi todo se encuentra configuran un modo de relaciones y de contenidos que ocupan cada vez más tiempo en la vida de las personas. En ese continente digital, con la mediación de las tecnologías, ocurre lo mismo que en los continentes analó-

2 Cf. JUAN PABLO II, *Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, 2002, 2.

gicos que hasta ahora habíamos conocido: las personas entran en relación, se informan, trabajan, se entretienen, se enamoran, viven. En ese lugar digital las personas ganan o pierden trabajo, amistades, dinero, relaciones, libertad. Allí mismo se cometen delitos, se anuncia el Evangelio, se encuentra la vocación o se pierde, se encuentra consuelo o se agita la frustración y la desesperanza. Quienes habitan este continente se encuentran con las mismas dificultades y las mismas oportunidades que quienes viajaron a América en los finales del siglo XV o principios del XVI o quienes se preparan para viajar a Marte o vivir en la Luna en los próximos años.

La experiencia dice que en ese continente digital ocurre lo mismo que en el continente analógico, pero las cosas pasan antes, pasan más deprisa y afectan a más personas. Quienes lo habitan van describiendo algunos rasgos propios del continente digital que proporcionan a los que van llegando un pequeño mapa que facilitan el primer contacto y que, si se sigue, aligera los riesgos y anticipa las oportunidades. Ese mapa digital que va bosquejando la experiencia de quienes allí viven podrían tener cinco hitos: La verdad es costosa, la mutación de la confianza, la desaparición del tiempo y del espacio, la intimidación menguante y la metástasis de la opinión.

La verdad costosa. En los primeros tiempos de internet, allá por el siglo pasado, pareció que esta herramienta podría acabar con la difusión de la mentira, de los errores o de los bulos. Las fuentes se hicieron accesibles no sólo a los medios o a los intermediarios sino a todo el mundo. Se pensaba entonces que el acceso directo a las fuentes y al conocimiento, sin mediaciones que pudieran filtrarlo o descontextualizarlo, era el primer paso para un acceso ilimitado a la verdad. Sin embargo, la experiencia demuestra lo contrario: con internet y las redes sociales, la verdad se ha hecho más difícil de conocer. En poco tiempo surgieron en internet, páginas que sostenían posturas irreconciliables sobre cuestiones en debate. Lo hacían con un aparente rigor, solvencia en los datos y apoyo en el mundo profesional o académico.

Con este trayecto, hoy en día, cualquier propuesta, incluso científica, encuentra oposición frontal, apoyada en noticias, documentación, informes académicos, tesis universitarias, etc. que tienen en internet una cátedra de alcance e influencia mundial. Por otra parte, también intereses políticos, económicos o personales, la maledicencia, la inquina, la frustración, incluso la broma o el mal gusto han llenado internet de noticias falsas con apariencia de verdaderas. Lo que comenzó con información interesada y manipulada acabó sirviendo también de altavoz para intereses particulares, negocios ilegales, informaciones falsas o bromas pesadas. En ese contexto se originan algunos de los efectos del mundo digital en el mundo presencial: populismos, teorías de la conspiración, endogamia argumental,

sentimentalismos paranoicos, conocimientos reducidos, y falta de aspiración a la verdad y a la libertad, que se presentan como inalcanzables.

La verdad es poco accesible en internet. Acceder a la verdad es un esfuerzo costoso que exige buscar las fuentes más autorizadas, discernir y cotejar los contenidos, y descartar (y no difundir) noticias falsas o dudosas. Se ha definido a este tiempo como el de la postverdad, y no es difícil pensar que al tiempo de la postverdad le seguirá, si es que no ha llegado todavía, el tiempo de la postbondad y el de la postbelleza.

La mutación de la confianza. Las decisiones que toman las personas y la ampliación de su conocimiento se apoya en la confianza. Casi todo lo que se conoce, se conoce porque alguien en quien se puede confiar lo ha transmitido. Han sido los padres, los maestros de la escuela, los profesores en las universidades, los amigos expertos... Personas con autoridad en quien se confía por ser quienes son o estar donde están. A ese conocimiento recibido se suma lo que se aprende por la propia experiencia y lo que se aprende por inducción o por deducción, pero esto es mucho menor que lo simplemente aprendido.

En el mundo digital, o al menos coincidiendo con su aparición, la confianza se ha trasladado de quien tiene autoridad a quien tiene proximidad. Para recomendar un restaurante, un producto bancario o una intervención quirúrgica se confía más en las palabras del vecino que en los conocimientos del *maitre*, el empleado de banca o el médico. La gente percibe como más confiables los comentarios digitales de los desconocidos que los consejos del experto cualificado en una materia, con títulos y reconocimientos internacionales. Y es más confiable sencillamente porque lo siente más próximo a sus propias posiciones y libre de intereses espurios. Y a partir de esa confianza generada con *influencers* más o menos conocidos se toman decisiones o se aceptan posiciones o puntos de vista en torno a las realidades en las que vivimos.

La desaparición del tiempo y el espacio. Mientras que en lo presencial dos condicionantes naturales son el espacio y el tiempo, en el mundo digital estas dos fronteras se han disuelto al contacto con internet y las redes sociales. La percepción que transmite internet es que todo está ocurriendo aquí y ahora, el único tiempo posible es el presente, y el único espacio posible es el aquí. Acontecimientos producidos hace mucho tiempo aparecen presentes en internet como si se hubieran producido hace unos minutos. Lo mismo ocurre con la percepción del espacio: las noticias que tienen su origen en contextos o lugares lejanos provocan el mismo impacto que si se hubieran producido en el mismo vecindario. Una búsqueda al azar ofrece resultados aquí y ahora, aunque el acontecimiento haya tenido lugar hace tiempo en un lugar lejano. Lo global se hace local, lo local, global, y lo presente, eterno.

Esto afecta directamente a la comunicación institucional para quien problemas lejanos se hacen cercanos y problemas pasados están siempre en el presente de la gestión informativa.

La intimidad menguante. La intimidad se refiere principalmente a las personas y corresponde a un espacio interior que puede ser físico, psicológico o espiritual. Es delimitado por cada persona y se entiende como un espacio protegido en el que la persona se encuentra consigo misma: su identidad, sus conocimientos, experiencias, virtudes y defectos, alegrías, tristezas, dolores, etc. La intimidad se comparte, con responsabilidad personal, en un marco de confianza.

Con la difusión del ambiente digital se ha reducido de manera significativa el espacio de la intimidad bien porque las personas la han expuesto a través de sus perfiles en redes sociales o bien porque esa intimidad ha sido desvelada por otras personas, que eran de confianza, también de manera digital. La mengua de la intimidad se da en personas muy jóvenes, con todas las herramientas digitales al alcance de su mano, pero sin la madurez emocional necesaria para su utilización y para la gestión de las consecuencias. Se da también en personas mayores que no alcanzan a comprender la difusión de la que es capaz la tecnología y la falta de control que existe sobre lo que ha sido publicado en internet.

De alguna manera, ocurre algo similar con las instituciones. Las redes sociales les obligan a hacer transparentes sus procesos de decisión, planes de futuro, estrategias, etc.

La metástasis de la opinión. La facilidad para compartir opiniones sobre personas y organizaciones y hacer que se extiendan en el entorno social es también una característica del continente digital. Si la opinión es negativa y dañina se extiende a más velocidad y alcanza a más personas que si la opinión es ponderada, razonada y ecuánime. Las redes sociales permiten que cualquier persona vierta en el espacio digital opiniones con capacidad de generar tendencias y movilizar a la opinión pública de manera determinante. De hecho, la difusión de un comentario y su capacidad de generar tendencia está más vinculado con características como ingenio, sarcasmo, ironía, zasca o audacia que con otras como verdad, objetividad, servicio o ponderación.

Estos rasgos del mundo digital no lo hacen ni bueno ni malo. Son la mera descripción de un entorno. Atendiendo a los riesgos y a las oportunidades que este continente digital presente y teniendo en cuenta que en él habitan millones de personas capaces de crear tendencia, estar ahí presente es importante para cualquier organización. Cada persona y cada organización deberá analizar esos hitos del continente digital para adaptar su estrategia a ese medio ambiente, analizando los peligros y las oportunidades que presenta.

Haciendo un poco de resumen se puede decir lo siguiente:

- En las redes sociales habitan cuatro mil millones de personas.
- Es un territorio en que se puede ganar mucho y perder mucho, porque los riesgos y las oportunidades son, en buena medida, desconocidos.
- Para estar seguros allí hay que tomar medidas.

Las condiciones de vida en ese continente son realmente nuevas. Es un lenguaje nuevo, una cultura nueva, unos problemas nuevos, unos riesgos desconocidos. Vivir allí puede traer la pérdida de todo lo que es valioso en la vida, incluso, perder la propia vida.

UN ACERCAMIENTO DESDE LAS VIRTUDES

Acoger la invitación a participar en el continente digital, explorarlo, vivir en él sin perder la humanidad, más aún, aportando humanidad es el reto que conviene afrontar. El ser humano habita en todas partes porque, más que adaptarse al entorno, ha sabido adaptar el entorno. Su trayectoria humana y la sabiduría acumulada le puede dotar de las herramientas que le permitan desarrollarse en ese continente y humanizarlo para hacerlo más habitable.

Cuando el Concilio Vaticano II miraba al futuro e intentaba discernir la misión de la Iglesia los Padres señalaron que el progreso y la tecnología ya estaban «transformando la faz de la tierra» e incluso que ya se estaba llegando a la conquista del espacio (cf. *Gaudium et spes*, 5). Entonces, reconocieron también que los desarrollos en la tecnología de las comunicaciones con toda probabilidad iban a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisible³. Lejos de proponer quedarse al margen o aislarse de esos acontecimientos, los Padres del Concilio vieron que la Iglesia tenía que estar dentro del mismo progreso humano, compartiendo las experiencias de la humanidad e intentando entenderlas e interpretarlas a la luz de la fe⁴. Era a los fieles de Dios a quienes correspondía hacer un uso creativo de los descubrimientos y nuevas tecnologías en beneficio de la humanidad y en cumplimiento del designio de Dios sobre el mundo.

La propuesta es acercarse a las redes sociales amparados por las herramientas que mejor protegen la identidad humana de los humanos: las virtudes. Es verdad que en los tiempos de Aristóteles no existían las redes sociales. Las interacciones sociales eran cara a cara, sin la mediación de la tecnología. Sin embargo, un conjunto de virtudes que Aristóteles menciona para situaciones

3 PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en internet*, 2002.

4 JUAN PABLO II, *Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, 1990.

sociales –y los vicios correspondientes– capturan adecuadamente el panorama del comportamiento humano en las redes sociales de hoy en día.

Esta propuesta de la virtud para la navegación en el continente digital tiene en cuenta la diferencia entre la persona y el perfil. La persona vive en la presencialidad y sus interacciones con los demás y con el entorno son eminentemente físicas a través de los sentidos. En el entorno digital el yo digital constituye un perfil y es una prolongación de la persona que debe participar de las mismas características y virtudes. Por eso, formar en las virtudes de las personas permite mejorar el ambiente digital. Será más virtuoso porque estará impregnado de la vida virtuosa de las personas se hacen presentes allí a través de sus perfiles.

El cultivo de las virtudes transforma el uso de las redes sociales en una herramienta para el bien común, donde cada usuario se convierte en un agente de cambio positivo. Las virtudes morales y las virtudes humanas pueden ser una guía valiosa para usar las redes sociales de manera constructiva y ética. En los albores de esta tecnología, la Iglesia ya proponía cultivar las virtudes humanas para hacer un buen uso de internet y su práctica se había de basar y guiar por una valoración realista de sus contenidos. Entre las virtudes propuestas para transitar el continente digital se señalan⁵:

- Prudencia para ver las implicaciones de este nuevo medio y responder creativamente a sus desafíos y oportunidades.
- Justicia, para cerrar la brecha digital, comprometerse en favor del bien común y globalizar la solidaridad⁶.
- Fortaleza y valentía para defender la verdad frente al relativismo religioso y moral.
- Templanza y autodisciplina para usarlo con sabiduría y exclusivamente para el bien.

La cita del Pontificio Consejo apunta a las cuatro virtudes clásicas que sostienen la vida de las personas y la acción valiosa para uno mismo y para la sociedad en la que está presente y llamado a vitalizar. De hecho, estas virtudes en sentido clásico fueron ampliamente desarrolladas por los grandes maestros de la filosofía griega Platón y Aristóteles que las consideraban esenciales para la vida moral y el desarrollo del carácter humano y, por tanto, esenciales para una vida equilibrada y armoniosa. Platón destacaba en *La República* que esas

5 Cf. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *La Iglesia e Internet*, 12. 22 de febrero de 2002.

6 JUAN PABLO II, *Discurso al Secretario General y al Comité Administrativo de Coordinación de la ONU*, n. 2, 7 de abril de 2000.

cuatro virtudes cardinales, prudencia, fortaleza, templanza y justicia, enlazaban con una parte del alma: la prudencia a la razón, la fortaleza a la voluntad, la templanza a los apetitos y la justicia a la armonización de las tres. Aristóteles poco después en su *Ética a Nicómaco*, también apunta que son hábitos operativos que permiten el actuar correcto para alcanzar la felicidad. Sto. Tomás de Aquino acoge esta clasificación de las virtudes cardinales y la desarrolla ampliamente en la *Summa Theologica*, porque no solo ayudan a la realización y a la felicidad del hombre, sino que lo orientan a Dios, que es la felicidad absoluta del hombre.

Muchos siglos después de todos estos autores, cabe preguntarse si efectivamente, como apunta la Iglesia, las virtudes cardinales clásicas pueden conducir la realización del hombre en el mundo digital y servirles de orientación para alcanzar la felicidad.

Prudencia

La prudencia es la virtud que dirige el entendimiento para discernir y ordenar en cada uno de los actos humanos lo que es humano y debe hacerse, de aquello que deshumaniza al hombre y debe evitarse. La prudencia, que Aristóteles describía como la sabiduría práctica⁷, ayuda a las personas a tomar decisiones cuidadosas y éticas, basadas en la reflexión, el discernimiento y la moderación. Acogiendo esta definición, su traslación al continente digital es imprescindible pues éste se caracteriza por decisiones rápidas con repercusiones muy amplias, que una vez tomadas son difícilmente reversibles y que se mantienen presentes durante mucho tiempo.

La prudencia entonces obliga a la reflexión sobre el alcance de las decisiones digitales, evalúa las posibles consecuencias en el presente y en el futuro y actúa con responsabilidad. En las redes sociales, la prudencia ayuda a discernir entre lo que es correcto y lo que no lo es; implica reflexionar antes de publicar, compartir o comentar algo; y anima a valorar si lo que se va a publicar en redes es verdadero, útil y respetuoso, evitando contribuir a la desinformación o a la polarización⁸.

De manera especial en redes sociales y plataformas de comunicación en línea, la prudencia hace posible evitar reacciones impulsivas ya que obliga a realizar un juicio ponderado sobre la reacción digital que debe considerar elementos como:

7 ARISTÓTELES, *Ética a Nicómaco*.

8 PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en internet*, 2002.

- La oportunidad, la necesidad y la modulación de la respuesta.
- La veracidad del contenido que se publica o se respalda y si es respetuoso y apropiado.
- Las consecuencias personales o institucionales de la respuesta, en el corto plazo, pero también a medio y largo plazo.
- Los escenarios que se dibujan a partir de esa respuesta digital que se ha dado para la persona o para la institución que responde.

Además, la prudencia permite manejar circunstancias que se repiten en el ambiente digital en relación a la privacidad personal o a la promoción y la difusión de noticias falsas. En el continente digital es medida de prudencia indispensable abrir espacios de tiempo entre el estímulo y la respuesta, entre la acción y la reacción. Esos espacios de tiempo deben permitir la reflexión, el diálogo y la consulta, es decir, debe estar propiciado y regido por la virtud de la prudencia que sabrá ponderar la situación creada para ofrecer una respuesta rápida, en coherencia con lo que pide el mundo digital, y conveniente, en coherencia con lo que exigen las relaciones humanas de cordialidad, respeto, servicio a la verdad y al bien común (Cf. *Fratelli Tutti*, 224).

Justicia

El entorno digital aparece en numerosas ocasiones como el espacio ideal para la injusticia. En realidad, en cualquier lugar en el que actúan las personas puede brotar la injusticia, incluso con expresiones delictivas. Pero es cierto que las condiciones de anonimato y de relaciones mediadas y los elementos señalados como hitos de este continente a los que hemos hecho referencia anteriormente, parecen crear las oportunidades necesarias para que brote la injusticia. Por eso, en un espacio en el que a menudo se distorsiona la información, se propagan juicios precipitados o se cometen abusos bajo el anonimato, la justicia se convierte en un pilar para asegurar que nuestras acciones y palabras respeten la verdad y los derechos de los demás.

La justicia es la virtud que regula la relación con las personas, también con las instituciones y con la sociedad en general, con el objetivo de dar a cada uno lo suyo, lo que le corresponde, respetando sus derechos y reconociendo su dignidad. Evidentemente ese «lo suyo» es lo que marca la dificultad de esta virtud en función de si se considera desde el punto de vista objetivo o subjetivo. En un sentido amplio, la virtud de la justicia está vinculada y es dependiente de conceptos como el de la dignidad de la persona o la actuación íntegra en el

entorno social. Por eso la acción contra el orden natural o contra el orden moral de la persona es una actuación injusta y una expresión de injusticia⁹.

El describir el continente digital se ha señalado que, al tratarse de un mundo compuesto por personas que se relacionan a través de instrumentos tecnológicos, en este entorno digital ocurre lo mismo que en el entorno presencial, aunque ocurre antes, más rápido y afecta a más personas. Sin embargo, hay que añadir que las situaciones de justicia o de injusticia no son causadas por las herramientas digitales sino por las personas que las manejan y, por tanto, la formación de las personas permite la mejora del entorno digital.

La formación para vivir la virtud de la justicia implica un proceso continuo de desarrollo personal, conciencia ética y práctica concreta en las relaciones humanas. Entre las áreas que exige la práctica de la justicia está el cultivo de la empatía, que reconoce de manera práctica la dignidad de las personas y practica la escucha de las necesidades y preocupaciones de las personas y de los grupos sociales. La perspectiva cristiana de esta virtud se concreta en la doctrina social de la Iglesia y habilita para una presencia justa y honesta en el entorno digital, con respeto a la persona y a la sociedad, en su dignidad y en su integridad.

Esta formación para la virtud de la justicia en el mundo presencial tiene implicación inmediata en el mundo digital y se puede concretar en tres compromisos personales o institucionales:

- Cumplir las propias responsabilidades: En el trabajo, en la familia y en la sociedad, asegurándose de respetar los derechos de los demás.
- Defender a los vulnerables: Denunciar injusticias y ayudar a quienes han sido tratados de forma desigual o discriminatoria.
- Promover el bien común: Aportar al desarrollo de la sociedad, asegurando que todos puedan vivir con dignidad.

La justicia en redes sociales también implica una conciencia de los efectos de compartir o crear contenido, valorando la veracidad antes de difundir información y considerando el impacto que las publicaciones pueden tener en la reputación y el bienestar de otros. Además, se manifiesta en la voluntad de reconocer y respetar los méritos ajenos, evitando en nuestro ambiente digital conductas de acoso, difamación o manipulación. De este modo se contribuye a construir un ambiente de confianza y respeto y se promueve así una comunidad en línea donde se valoren los derechos y la dignidad de todos, fomentando un uso ético y responsable de la tecnología.

9 Cf. BENEDICTO XVI, *Caritas in Veritate*, 6. 2009.

Fortaleza

La virtud de la fortaleza se refiere a la fuerza interior para hacer frente a las dificultades de la vida y la capacidad de dominar el entorno para realizar el propio desarrollo existencial. En los autores clásicos la fortaleza tiene dos realizaciones: la de crecer y avanzar en el propio despliegue de la persona y de la personalidad y la de aguantar y sostener el ánimo en las dificultades.

En el mundo digital y en las redes sociales, donde la exposición pública y la presión social pueden fácilmente desafiar la estabilidad emocional y la autoestima de la persona, esta virtud permite a las personas enfrentar críticas, comentarios negativos o incluso ataques personales en las redes sociales o en internet sin verse afectados en su integridad moral, en la autoestima o en el propio desarrollo. Además, ayuda a perseverar en el bien, aun cuando las dificultades y hostilidades que se muestran digitalmente lo hagan difícil. Lo mismo ocurre cuando se afrontan críticas o presiones para conformar a la persona a lo que es popular y reconocido pero, al mismo tiempo, incorrecto, dañino o inconveniente. En este sentido, la fortaleza da la capacidad de mantenerse firmes en los valores propios e impide dejarse llevar por el miedo al rechazo o la búsqueda de la aprobación.

Estas dificultades de la presencia en el entorno digital se agudizan en aquellos contextos en los que se permiten interacciones anónimas o perfiles sin acreditar la autenticidad (comentarios en blogs, perfiles falsos en X o Instagram, etc.) Ese terreno permite interacciones, a menudo cargadas de confrontación, violencia verbal, cancelación, etc. La fortaleza entonces ayuda a mantener un juicio ponderado, evitar la provocación y perseverar con ánimo constante en la propuesta de la verdad, de los propios valores o de las opiniones legítimamente fundadas. Permite, por tanto, sostener una identidad digital que sea auténtica y congruente con los principios personales y también permite defender con firmeza posturas éticas o expresar opiniones constructivas, incluso si ello implica ir en contra de la corriente o afrontar persecuciones.

La carencia de la virtud de la fortaleza se manifiesta también en el entorno digital y puede llevar a manifestaciones de deterioro de la personalidad o de la salud mental. Las consecuencias se manifiestan en adicciones, depresiones y formas más graves como el suicidio como consecuencia de una sobreexposición a las redes sociales sin la madurez oportuna y sin la adecuada fortaleza para situar las interacciones, los contenidos y los comentarios que se reciben en su justa medida. La fortaleza permite calibrar cuándo es oportuno retirarse de ellas para preservar el propio bienestar o moderar el tiempo de exposición en redes sociales y da las claves para ayudar a las personas a ser resilientes, auténticas y fieles a sus valores en un contexto digital a menudo hostil.

Templanza

La virtud de la templanza, en correlación con la de la fortaleza, se orienta al dominio de las propias pasiones y los instintos en dos direcciones: para detener su impulso cuando desequilibran a la persona o para proponer su despliegue cuando la persona se ve afectada por la pasividad o la mollicie. Esta virtud modera la atracción de los placeres y procura el equilibrio en el uso de los bienes creados.

En las redes sociales, la virtud de la templanza promueve el autocontrol y la moderación en un espacio digital que se caracteriza por la inmediatez y la gratificación instantánea. La templanza ayuda a las personas a encauzar impulsos muy extendidos entre los usuarios de las redes, especialmente entre adolescentes y jóvenes, como la búsqueda de validación constante, el consumo excesivo de contenido o el deseo de publicar cada aspecto de la vida. En lugar de buscar la aprobación o el «me gusta» como una medida de valor personal, la templanza orienta a usar las redes sociales de forma equilibrada, valorando la calidad de las interacciones por encima de la cantidad.

Otra de las aplicaciones de esta virtud en la vida digital es que ayuda a gestionar el tiempo que se dedica a las redes sociales, permitiendo que estas no interfieran con actividades importantes, relaciones personales o el propio bienestar emocional y nos ayuda a controlar el tiempo que pasamos en ellas y el contenido que consumimos o compartimos. De hecho, la templanza fomenta un consumo consciente del contenido, eligiendo aquello que enriquece y evitando lo que promueve la envidia, la ansiedad o la comparación constante.

Por tanto, el acceso a las redes de las personas que se ejercitan en la virtud de la templanza, les permite una relación saludable con las redes sociales, ayudando a que el uso de estas plataformas sea consciente, alineado con los propios valores y favorezca un equilibrio que protege la salud mental y emocional.

La descripción del panorama digital con los rasgos que va mostrando este continente, todavía en gran medida desconocidos, suscita en muchas personas reservas y temores. Algunas consecuencias, con profundas implicaciones personales, se están manifestando en ámbitos como la salud mental, las adicciones o las relaciones personales y familiares. Al mismo tiempo, las oportunidades que se manifiestan para el desarrollo humano, para la actividad profesional, para el entretenimiento y el ocio, hacen pensar que no es posible vivir prescindiendo absolutamente de esas interacciones. Los riesgos son grandes, los beneficios son grandes, pero la alternativa no está al alcance de nadie: el mundo es ya digital con sus peligros y oportunidades. En este contexto el camino posible es la formación en las virtudes morales clásicas de las personas. Prudencia, justicia,

fortaleza y templanza, con sus muchas virtudes derivadas, han demostrado en el tiempo ser el mejor camino para una vida humana plena y lograda. Cuando se abre un panorama radicalmente nuevo de presencia humana, esas virtudes siguen siendo las herramientas más seguras para construir una vida feliz en el ambiente digital. La formación en las virtudes es la piedra de toque necesaria para conseguirlo.