

LA PARROQUIA EN LA CIBERCULTURA.

RETOS Y POSIBILIDADES

Estamos en un nuevo ciber-planeta.

Cuando me dispongo a escribir estas páginas, tengo delante la pantalla del ordenador personal, estoy escuchando música en un MP3, observo desde mi ventana en la calle a chavales hablando por su móvil, chateando o leyendo mensajes en el mismo, y, alzando un poco la mirada, reconozco distintas antenas, en forma de grandes platos, que me indican señales de canales digitales.

Todo un símbolo del mundo mediático que nos envuelve [1].



MONS. RAÚL BERZOSA MARTÍNEZ

Obispo auxiliar de Oviedo

Desde el comienzo vayan por delante algunas frases del magisterio, lacerantes como dardos: *“Cuando los padres conciliares estaban dirigiendo su mirada hacia el futuro... Reconocieron especialmente que los desarrollos de la tecnología de las comunicaciones con toda probabilidad iban a provocar reacciones en cadena de consecuencias imprevisibles”* [2].

No cabe duda *“de que los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para sus comportamientos individuales, familiares y sociales”* [3].

Y, finalmente, *“surge el difícil interrogante de si estamos en el umbral y comienzo de una era totalmente nueva en las comunicaciones sociales, y asimismo de si se trata de unas comunicaciones que influyen no tanto cuantitativa como cualitativamente”* [4].

Precisamente, corroborando estas sospechas, se ha podido escribir: *“Vivimos en la realidad de la sobreinformación... Las fuentes de información ya no son sólo ni principalmente los libros... ya no educan sólo los padres o la escuela... el maestro no es ni único ni principal transmisor de los saberes... Asistimos a una verdadera revolución copernicana: la revolución mediática, apoyada por factores convergentes como la urbanización y los procesos industriales”* [5].

En otra clave, y para profundizar aún más en lo anterior, nos atrevemos a reproducir tres pensamientos:

- *“Cuando creíamos que teníamos todas las respuestas, de pronto, cambiaron todas las preguntas”* (Mario Benedetti)
- *“Hacer una y otra vez lo mismo esperando respuestas diferentes, es una locura”* (Einstein)
- *“En el Evangelio no se dice tanto cómo deben ser las ovejas (que se las acepta tal y como son) sino como deben ser los pastores”* (Carmen Pellicer)

A partir de aquí, entramos propiamente en materia, desarrollando dos grandes apartados.

Lugares y acciones en la transmisión de la Fe

En este apartado nos detenemos brevemente en algunos de los denominados lugares y acciones en la transmisión de la Fe. Recordemos que éstos son: parroquia, familia, grupos y movimientos cristianos,

centros educativos y enseñanza religiosa escolar y lugares de peregrinación.

Sin olvidar, según las directrices y orientaciones más actualizadas [6], que al hablar de comunidades iniciadoras o de transmisión de la Fe, debemos primar, en primer lugar y de forma muy destacada, a la propia Iglesia particular como sujeto de la Iniciación cristiana, donde se realiza propiamente la iniciación cristiana. La transmisión de la Fe es la respuesta de la Iglesia al mandato misionero de Jesús (Mt 28, 14-20).

Desde la óptica anterior, se puede definir la iniciación cristiana como la concreción de la misión evangelizadora, con sus ámbitos, sus etapas de iniciación, y la complementariedad de las dos principales funciones pastorales (función litúrgica y función catequética) [7].

Seguro llevan razón los pastoralistas, liturgistas y catequistas cuando señalan hasta cinco criterios inspiradores en la pastoral de la transmisión de la fe hoy [8]:

1. De una *pastoral de cristiandad* a una *pastoral misionera*. Lo que supone primer anuncio, valorar la religiosidad popular, saber acoger y salir a la plaza pública.
2. De los *papeles* (catequesis teórica) a la *experiencia de vida cristiana*, uniendo *formación, oración y celebración*.
3. De *respuestas puntuales* a *verdaderos itinerarios de Fe* [9].
4. De *respuestas únicas* a *respuestas diversificadas*, según contextos pastorales (más en concreto desde la pastoral de conjunto de los Arciprestazgos) [10].
5. De la *tarea exclusiva de los agentes de pastoral* a la *implicación de toda la comunidad*. En otras palabras, se vuelve a subrayar a la Iglesia particular como ámbito primario y privilegiado de la Transmisión de la Fe y la Iniciación Cristiana.

Damos un paso más: en dicha Iglesia particular, se ofrece una diversa modalidad de ámbitos o lugares de Iniciación. Las recordamos:

- La **Comunidad Parroquial** y las **Unidades Parroquiales**, como ámbitos propio y principal: *“tienen la pila y el altar como propios”*. La parroquia, o las Unidades Parroquiales, aunque no son *“toda la Iglesia”*, siguen siendo los ámbitos primarios. De ahí la necesidad de una profunda y real renovación. *“La parroquia es el ámbito ordinario donde se nace y se crece en la fe. Constituye, por ello, un espacio muy adecuado para que el ministerio de la Palabra ejercido en ella sea, al mismo tiempo, enseñanza, educación y experiencia vital”* (DGC 257) [11].
- La **Familia**, como Institución originaria e Iglesia doméstica. *“Antes que nadie los padres están obligados a formar a sus hijos en la fe y en la práctica de la vida cristiana, mediante la palabra y el ejemplo; y tienen una obligación semejante quienes hacen las veces de padres y padrinos”* (CIC 774, 2) [12].
- Los **Movimientos eclesiales**, las **Asociaciones** y la **Escuela Católica**, como espacios y medios subsidiarios y complementarios. Presentan un estilo de vivir que incluye una verdadera iniciación cristiana [13].
- Los **Centros educativos** y la **Enseñanza Religiosa Escolar** (ERE), como complemento, ayuda y contribución particular. El proyecto educativo de la escuela católica (y de la ERE) se define como por su referen-

El reto para el cristianismo y para la Iglesia es el de ser relevante en medio de las nuevas ofertas religiosas y pseudo-religiosas. De nuevo, el complejo problema de la transmisión de la fe y de la evangelización.

cia explícita a Jesucristo y a su Evangelio, con el fin de arraigarlo en la conciencia y en la vida de los jóvenes, teniendo en cuenta la cultura de hoy [14].

- A este listado “oficial” añadimos, por su importancia en nuestros días, y como complemento necesario, los **ámbitos de peregrinación**. Y, más en concreto, el Camino de Santiago.

1. El lugar del cristianismo y de la Iglesia en la era de Internet. [15]

Dejemos las reflexiones anteriores y tratemos de responder a otra pregunta o inquietud muy actual: *¿Dónde y cómo se plantea lo religioso en el nuevo y retador mundo de la cibercultura o del ciberespacio?*

Adelantamos que expertos como **P. Babin** y **A. Zukowski** acentúan, en la cultura de la “informedia”, la importancia conjunta de tres elementos: el **ground** (subsuelo socio-cultural), la **modulación** (presentación), y los **contenidos** para la transmisión de la fe y la nueva evangelización; en otras palabras, tan decisivo e importante resulta el “contenido” como el “envoltorio”.

Desde el mundo de la red, parece evidente que hoy asistimos también a un rebrote de la búsqueda espiritual; así, el 61% de internautas menores de 27 años muestran un interés creciente por el tema.

Pero no nos llamemos a engaño: sigue siendo, como hemos contemplado más arriba, un tema complejo y ambiguo porque los nuevos buscadores espirituales están descontentos con la religión institucional. Se indaga, más que en los temas clásicos y tradicionales del cristianismo, en temas marginales como es el tema de los ángeles, o el conocimiento de las religiones orientales y de todo lo referente a esoterismo y desarrollo del potencial humano en la línea de la New Age (lo delatan películas como *Contacto*, *Ghost*, *Kundum*, *Siete años en el Tibet*, *Phenomenon*...).

Se detecta también un fenómeno preocupante: cierto fundamentalismo o reacción contra la modernidad, en forma de búsqueda de Iglesias electrónicas, donde se obtiene gratificación simplemente apretando “un botón”. Es una religiosidad de la mera apariencia y alivio instantáneo, que no busca tanto el compromiso real y personal en la vida diaria como el contacto físico y social con otros creyentes y la participación en la comunidad. ¿Estaríamos dentro de lo que **P. Berger** anunció como la llegada de “un mundo sin hogar” y, desde esta nostalgia, estaríamos asistiendo al renacer de lo religioso como señal de identidad de personas y colectivos?

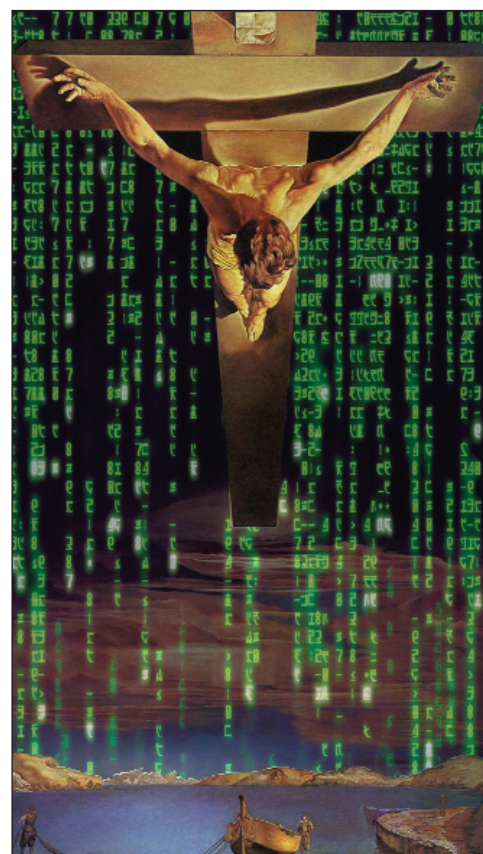
El reto para el cristianismo y para la Iglesia es el de ser relevante en medio de las nuevas ofertas religiosas y pseudo-religiosas. De nuevo, el complejo problema de la transmisión de la fe y de la evangelización. Se necesita, además de enseñar, escuchar; o, como repiten en América Latina, además de ser *maestros*, ser *discípulos*. Los nuevos areópagos como Internet, deben servir para sacar la luz de las sacristías y de los templos y extender el Evangelio. Porque Evangelización significa, “llevar la Buena Noticia a todos los estratos de la humanidad y transformar la humanidad desde dentro y hacerla nueva”. [Evangelii Nuntiandi 18]

El ciberespacio es un “nuevo lugar de evangelización” y una nueva frontera. Esta nueva cultura se está formando y creciendo con o sin nosotros. Urge preguntarnos: *¿Qué es este nuevo fenómeno? ¿qué está ocurriendo en él? ¿qué mensajes religiosos y espirituales ofrece? ¿cómo cambiar nuestros paradigmas tradicionales para anunciar a Jesucristo y su Evangelio?* Son preguntas que se han hecho siempre los evangelizadores y agentes de pastoral desde tiempos del Nuevo Testamento, donde por cierto se ofrecen diferentes modelos de evangelización.

Evangelizar comporta que quien evangeliza ha sentido personalmente los grandes movimientos, las preguntas básicas, las rebeldías, los gozos, las esperanzas, y las aspiraciones del momento histórico en el que Dios le ha situado. Se puede, en este sentido, utilizar la frase del Vaticano II de escrutar los signos de los tiempos (GS), allí donde Dios parece hablar con mayor fuerza hoy, o allí donde Dios parece ocultarse y debemos redescubrirle.

P. Babin proclama con fuerza que, “hay que subir, como Pablo, a los Areópagos de hoy, aunque hagamos pocos discípulos desde ellos”.

Puede resultar llamativo el que esta nueva cultura se mueva y defina por las palabras “éxito” (impacto), y “estrellato” (star system). Lo esencial, aparentemente tan lejano del mensaje y de la forma de ser del cristianismo, es la provocación. En este sentido parece reproducir las leyes del marketing y de la publicidad: “mírame; elígeme; cómprame”. ¿Cómo cumplir estas leyes a la hora de la transmisión de la fe y de la evangelización? Algo parece evidente: Jesucristo hoy, como en su tiempo, causaría impacto. Pero el éxito de Jesucristo, no sería el de Hollywood. Aunque este mundo de la imagen, al menos dos realidades suyas llamarían seguramente la atención [16]: *La Total confianza en el Padre*, como



fuelle de vida y de poder, y el tocar directamente las miserias y el corazón de las gentes, *el palpar la cruz*. En Asia, por ejemplo, es más creíble una Iglesia kenótica, humilde, paciente, débil, y que sabe vivir la esperanza contra toda esperanza. La Iglesia necesita creyentes fuertes, comunicadores que no teman la cruz. La cruz buscada en medio de la gente. Tal vez existen entre nosotros demasiados analistas, pero pocos creadores; demasiados “repetidores” y pocos pastores “audaces”; demasiados teóricos y pocos místicos y comprometidos.

Pero seguimos avanzando y nos preguntamos, *¿por qué necesitamos estar presentes en el mundo del ciberespacio?* Sin duda, porque no ser reconocido en el gran mundo de las autopistas audiovisuales, o excluir lo espiritual del gran mercado de la comunicación, es una especie de “muerte social”, de contribuir a la privatización y desaparición de la presencia pública de Jesucristo y de su mensaje.

¿Cómo anunciar, entonces, la Buena Noticia en la nueva cultura de hoy?

1. *Acompañando las grandes preocupaciones de la sociedad de hoy*, sin contentarnos con ser buenos funcionarios o con formulas rápidas y respuestas meramente verbales. La gente no busca soluciones intelectuales, sino testigos de vida. Hablan más los gestos que las palabras y alguien es maestro por ser testigo de vida.
2. La transmisión de nuestra fe, cuando es viva y vivida de forma coherente, puede hacer “milagros”, en el sentido de *convertirnos nosotros mismos en sacramentos existenciales de Dios para los demás*; y ser ojos, corazón y manos del mismo Jesucristo, despertando a las gentes, y tocando y abriendo sus corazones.
3. *Hacer posibles comunidades vivas de referencia, viviendo nuestro cristianismo en comunión*. Ofreciendo una experiencia de salvación a través de las relaciones personales y de una comunidad capaz de transformar la vida de las personas. En África *curar* significa introducir de nuevo al enfermo en la comunidad, en su círculo vital-social. Los jóvenes tienen derecho a experimentar el “perteneceer” a un cuerpo; y, dentro de él, renacer, crecer, reconciliarse y experimentar lo que ya nos dejó escrito San Ireneo: *“La gloria de Dios es que el hombre viva; y la gloria del hombre es la visión de Dios”*. A esto podemos denominar también una *experiencia de red cristiana*, capaz de suscitar testigos, como venimos repitiendo, y al mismo tiempo ámbitos de cultura y vida cristianos.

P. Babin sacude nuestra conciencia cuando se atreve a afirmar que tenemos miedo “al éxito”, al impacto del Evangelio en el hombre y mujer de hoy. La tentación es sólo la de provocar pequeños ruidos que no arriesgan nada, en lugar de apostar por sacudir conciencias en el mercado mundial del ciberespacio [17].

Evangelizar en la era de los mass media significa provocar el efecto de Cristo en las conciencias y en las

“ El ciberespacio es un «nuevo lugar de evangelización» y una nueva frontera. Esta nueva cultura se está formando y creciendo con o sin nosotros. Urge preguntarnos: ¿Qué es este nuevo fenómeno? ¿qué está ocurriendo en él? ¿qué mensajes religiosos y espirituales ofrece? ¿cómo cambiar nuestros paradigmas tradicionales para anunciar a Jesucristo y su Evangelio?

comunidades, también en la era de la cibercultura. No le falta razón a **P. Babin** cuando con insistencia escribe que el futuro de la evangelización pasa, ineludiblemente por Internet. Esto nos obliga no sólo a asumir las nuevas tecnologías, sino a aprender la “forma de vida y transmisión mediática”. Los evangelizadores deben convertirse en verdaderos artistas de la fe en la nueva cultura.

A la hora de realizar una pedagogía de la fe y evangelizar en la nueva cultura no podemos olvidar que las nuevas generaciones “conocen y han mamado” la realidad de forma multimediática; es decir, su aprendizaje ha sido a través de todos los sentidos, de forma diversa y múltiple. Utilizan ordenadores como parte de su experiencia básica y son más interactivos que pasivos en su aprendizaje. Es evidente que Internet es una oportunidad de evangelización. Jesús sigue siendo actual y creíble. ¿Seremos capaces de sacarlo del disco duro del ordenador y hacerlo presente en la pantalla del ordenador y ponerlo en circulación en las grandes autopistas de la comunicación?

2. Resurgir de la conmoción eclesial que nos bloquea y paraliza

Gran número de evangelizadores y agentes de pastoral parecen sentirse bloqueados y paralizados ante la nueva cultura del ciberespacio, porque lo que predomina es el trasfondo, el medio audiovisual; se dan cuenta de que el mensaje no es captado primariamente por el intelecto (por la razón), sino por el efecto producido en los sentidos y en todo el psiquismo.

Es algo básico caer en la cuenta de que el **ground** (el subsuelo cultural) es más importante que la figura misma; el acercamiento a las cosas mediante la intuición global, dice más que la realidad objetiva; el medio ambiente habla más que el punto concreto que enfocan los ojos. En otras palabras, *el mensaje* (diríamos el contenido) *ya no está en las palabras*. En TV, por ejemplo, las palabras son el 7% de todo lo comunicado. El 38% es transmitido por la forma de expresión (voz, vocabulario, ritmo habitual en el hablar) y el 55% por las expresiones del rostro y el movimiento del cuerpo (**A. Mehrabian**). **Ground** (ambiente cultural) y **modulación** (forma de presentación) son las dos columnas de la comunicación electrónica audiovisual, y son una llamada para equilibrar texto y contexto, lado derecho e izquierdo del cerebro, lo académico y lo carismático [18].

En relación a este punto señalado por **P. Babin** hagamos notar que, tradicionalmente, en el tema de la transmisión de la Fe éramos conscientes de tres dimensiones en juego: el **contenido** (*traditium*); el **acto mismo de transmitir** (*tradere*); y la **recepción de lo transmitido**. Siempre la iglesia, en su mistagogia, ha sido consciente de la complejidad de los tres momentos señalados.

¿Qué supone un primer anuncio necesario en la transmisión de la fe y en la acción misionera de la evangelización?

- **Darse cuenta de que el formato es al menos tan importante como el texto mismo** (buen papel, bellas imágenes, forma atractiva...). El *ground* se aprehende por los sentidos en su totalidad. El *ground* trata de captar la atención no sólo del intelecto, sino llegar a todos los sentidos.
- **Llegar a captar que la modulación, es tan importante como las palabras**. Modulación significa vibraciones que varían de frecuencia. A diferencia de la escritura con sus dos tipos de signos abstractos (letras y sonidos), las vibraciones son los signos sensoriales de la existencia. El walkman, por ejemplo, logra que la música me llegue de forma física, que me convierta yo mismo en música y mis músculos se muevan como independientemente de mí.
- **Entrar en el juego del background** (subconsciente) para que el mensaje entre en lo más hondo de mí mismo.

Después de años de radio, walkman, TV, Internet, la gente no escucha de la misma forma. Hablan más los gestos y la fuerza de las expresiones que el mismo contenido de las palabras; hablan más los climas creados que las palabras. Tal vez no sea superfluo recordar que necesitamos renovar, con espíritu cristiano, hasta nuestros mismos lugares de culto cuidando mucho *“la atmósfera que nos envuelve”*, las imágenes, el estilo, y hasta la palabra misma.

El evangelizador debe llegar a ser creativo y espiritual, profesional y hombre de fe profunda. Sin olvidar que, en los mass media, la señal pertenece al que la transmite, pero el mensaje al que lo recibe. La audiencia decide la oportunidad, la importancia y el significado del mensaje. Por eso el evangelizador debe tener siempre presente que:

- El mensaje está condicionado por las circunstancias personales y ambientales de quien lo recibe.
- Quien recibe el mensaje maneja un arma letal: el mando a distancia, su libertad y autoconciencia.
- Debemos aprender a evangelizar en una pluralidad de contextos e interpretaciones, conscientes de que una de las modernas leyes de comunicación mediática es tener en cuenta a la par y siempre los contenidos y la audiencia, los contenidos y la forma elegida de transmisión.

La Iglesia debe estar en Internet (Intranet) y en las autopistas de la comunicación tanto para uso interno de ella misma como para evangelizar.

No estamos de acuerdo, sin embargo, con la opinión de algunos autores, según la cual *“Internet no es tan sólo un instrumento para la salvación, sino la forma que la salvación misma adopta”*. Esto nos llevaría a confundir *“signos de los tiempos con fuentes de revelación”*. Evidentemente Internet no es fuente de revelación. Aunque una segunda tesis sí puede ser compartida: el hecho de que más que tratar cuestiones, hay que plantear cómo mediar entre el mundo real y virtual y una ética de inclusión de todos en el mundo del World Wide Web. En este sentido, es necesaria una encarnación o inculturación en la red, es decir, hay que realizar una lectura ética del nuevo signo de los tiempos para acogerlo [19].

3. ¿Hacia otro modelo de comunicación?

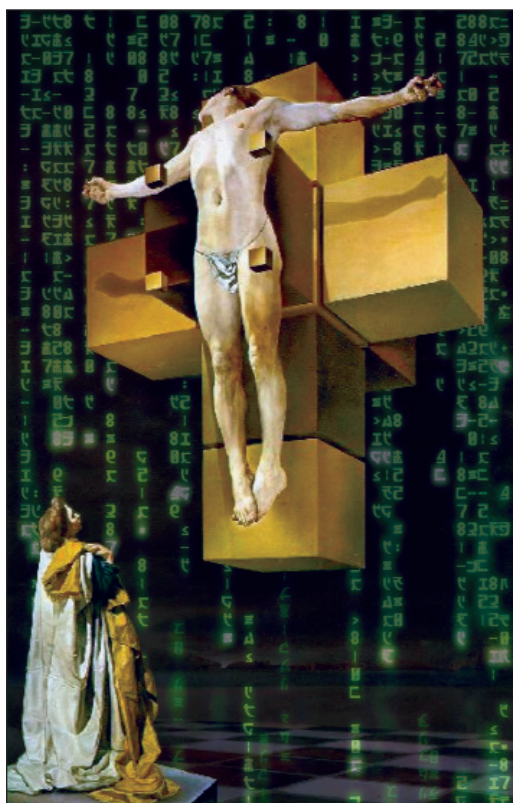
De nuevo **P. Babin** nos advierte, aunque podamos y debamos realizar ciertas matizaciones, que el punto crucial de la evangelización del S. XXI dependerá menos de la proclamación de nuestras verdades que de nuestra capacidad para llamar la atención de los demás desde esas mismas verdades. Por eso, ante los nuevos medios y técnicas de comunicación, se pueden sugerir **cuatro ejes de acción** para todo evangelizador:

1. **Tenerlos en cuenta**, como algo asumido con normalidad;
2. **Purificarlos** (limpiarlos) de todo aquello que signifique manipulación, simple negocio o servidumbre;
3. **Bendecirlos** en el sentido de la ley de la encarnación: asumir para redimir;
4. **Socializarlos**, ponerlos al servicio de la comunión eclesial y colaborar en la construcción de la aldea global o fraternidad universal. En este sentido, sigue siendo válida la fórmula empleada por Jesucristo en el Camino de Emaús: *tomar, bendecir, partir y repartir*.

Para lograr lo anterior tal vez se puedan señalar cuatro mandamientos o actitudes para el comunicador:

- **Ser una persona, no una ideología**; vivir con coherencia y siendo testigos de la fe. El mensaje está más en lo que somos que en lo que decimos.
- **Aprender a ser una especie de estrella mediática**, es decir, a impactar con el evangelio hecho vida.
- **Prometer esperanza, no un programa**; regalar a Jesucristo y su Evangelio y no palabras nuestras o ajenas.
- **Convertirnos en lo que somos y dejarnos transformar**, porque en la era de los mass media el transmisor debe estar inmerso en las nuevas tecnologías, y el mensaje se hace a través de la propia persona, de *“su cuerpo”*. Siendo plenamente conscientes de que los

Jesús sigue siendo actual y creíble. ¿Seremos capaces de sacarlo del disco duro del ordenador y hacerlo presente en la pantalla del ordenador y ponerlo en circulación en las grandes autopistas de la comunicación?



Es preciso “reactivar una Iglesia extra-muros” y misionera (como hizo **San Pablo**), porque la Iglesia, del presente y del futuro, ya no será un gran edificio que domina la ciudad, sino un simple pabellón en el gran campo de la Feria Internacional del Comercio Mundial [21]. La mentalidad de cristiandad ha terminado. La Iglesia se presenta como un canal de influencia más, junto a otros. Nos han resituado en la diáspora (en la dispersión) y nos urgen a reforzar nuestra realidad misionera. La tecnología ha hecho a la Iglesia “viajera”. Nos obliga a salir a la calle, a formar parte de la caravana humana, que no está anclada en las tradiciones de un pueblo o de un clan [22].

Las crisis, con las que las nuevas tecnologías han retado a la Iglesia, suponen una oportunidad providencial para ella: abrir sus cerrados y viejos muros. Las parroquias, en la era de la comunicación, siguen teniendo un gran futuro si son capaces de utilizar las nuevas tecnologías, y si desarrollan comunidades de relación auténtica y de espiritualidad verdadera.

No hay que tener miedo a verter el vino nuevo en odres nuevos. Los jóvenes abandonan la parroquia y la vida de la Iglesia no tanto por el contenido del mensaje sino por cómo viene “empaquetado” dicho mensaje.

Y, aunque sea cierto todo lo anterior, desde **Evangelii Nuntiandi** y el **Nuevo Directorio de Catequesis**, se insiste en la necesidad de tomarnos en serio la inculturación, y ser conscientes de que la conversión no es un evento que suceda de una vez por todas; es progresiva y adquiere la forma de proceso. En la **evangelización de la cultura** se ha de tener claro que:

1. La evangelización de las culturas *pertenece a la misión de la Iglesia.*
2. *El cristianismo es supracultural*, pero siempre ha de estar inculturado y encarnado en un contexto.
3. El cristianismo *no está exclusivamente ligado a ninguna cultura.*
4. *Debemos utilizar, sin miedo, la nueva cultura de hoy (on line)* para presentar la riqueza del mensaje con un “empaquetado” atractivo.
5. *La evangelización eficaz en el nuevo panorama cultural requiere un enfoque de marketing* con al menos las siguientes características: como centro focal, la audiencia a la que nos dirigimos; estar dispuestos a dialogar y preguntar, saliendo a la plaza pública; y saber con claridad lo que queremos anunciar y cómo anunciarlo.

La sociedad tiene una gran necesidad de agentes creativos del Evangelio, de agentes capaces de aportar nuevos modelos y usar nuevas técnicas y tecnologías como instrumentos evangelizadores para captar la imaginación religiosa de la cultura. El nuevo paisaje mediático se llama ciberespacio. La Iglesia, lejos de sucumbir ante el vértigo de no poder controlar experiencias y contenidos, ha de considerarse como un artista creativo de la fe en la esfera mediática.

Insistimos en que en el tema de la transmisión de la Fe no existen, no pueden existir, recetas mágicas. Es un largo proceso de acompañamiento personal y de inserción comunitaria en el que está en juego siempre -y no podemos olvidarlo- la libertad humana.

“La sociedad tiene necesidad de agentes creativos del Evangelio, capaces de aportar nuevos modelos y usar nuevas técnicas y tecnologías como instrumentos evangelizadores para captar la imaginación religiosa de la cultura. El nuevo paisaje mediático se llama ciberespacio.

receptores son los conectados a la red, y el tipo de estructura social es el mercado abierto y plural [20].

A partir de las premisas anteriores, gradualmente, la transmisión de la fe y la evangelización irá alcanzando necesariamente diversos niveles: Primero, una respuesta a los intereses de la gente, expresados con amenidad y belleza; segundo, la profundización personal en el encuentro con Jesucristo y su evangelio; tercero, el descubrimiento del mensaje bíblico y de la importancia de la comunidad; y cuarto, la necesidad de profundizar y sistematizar el mensaje teológico y espiritual al tiempo que se realiza la integración en la comunidad cristiana. En otras palabras, y como veremos más adelante, es el proceso de una verdadera iniciación cristiana.

Insistamos en dos realidades: una, que la cultura audiovisual no excluye el mundo oral y escrito sino que lo integra. Y, segundo, que, hoy, construir la Iglesia significa construir una comunión en forma de red, para estar presente como cuerpo en este mundo.

La parroquia, protagonista de la cibercultura [23]

Las parroquias, en la era de la comunicación, siguen teniendo un gran futuro si son capaces de utilizar las nuevas tecnologías, y si desarrollan comunidades de relación auténtica y de espiritualidad verdadera. No hay que tener miedo a verter el vino viejo en odres nuevos. No es un tópico recordar una vez más que los jóvenes abandonan muchas veces la parroquia, y la vida de la Iglesia, no tanto por el contenido del mensaje sino por cómo viene “empaquetado” dicho mensaje.

1. La parroquia está llamada a integrar la cibercultura en todas las dimensiones que la constituyen como tal: comunión, celebración, anuncio y caridad.

¿Cómo lograrlo? El *Directorio Italiano sobre Comunicación* nos ofrece claves [24]

1. Hay que promover en cada diócesis una pastoral orgánica... para integrar a la cultura mediática (nn. 94-96).
2. Hay que desarrollar un plan pastoral que “integre” las comunicaciones sociales y que no se limite sólo a la delegación diocesana de medios de comunicación social, sino que implique a todos los ámbitos pastorales, entre ellos también la parroquia (n. 100).
3. Los principales *objetivos del plan pastoral* en relación a los mass media serían los siguientes (n. 101):
 - Entender y hablar los nuevos lenguajes mediáticos.
 - Conjugar fe y nueva cultura mediática.
 - Integrar los medios en la pastoral ordinaria.
 - Formar a los agentes de pastoral.
 - Favorecer la búsqueda de la verdad.
 - Compartir los recursos y crear sinergias.
 - Participar en el progreso de los pueblos.
 - Invertir recursos humanos y económicos.

2. ¿Qué se pide en concreto a la Parroquia? Que sea capaz de comunicar la Buena Nueva y de construir cultura.

Destacamos algunas Claves para redescubrir el sentido de lo afirmado:

1. *En el ámbito de la catequesis* (n. 107): Los catequistas tienen que tener en cuenta el nuevo lenguaje audiovisual adaptándolo a la capacidad receptiva de los adolescentes, de los jóvenes y de los adultos.
2. *En el ámbito litúrgico y celebrativo* (n. 108): La celebración litúrgica se avala por múltiples códigos comunicativos. Un mayor conocimiento de los lenguajes -verbal, gestual, fílmico, iconográfico, escenográfico y coreográfico- favorecerá el clima de oración y una participación más intensa en la celebración.
3. *En el ámbito de la caridad* (n. 109): Aún no haciendo ostentación de las buenas obras, se necesita comunicar las expresiones de caridad de la comunidad, en sintonía con un contexto mediático que tiene en el elemento narrativo su fuerza comunicativa.

3. Otras mediaciones o iniciativas parroquiales.

1. *La vida parroquial en la Web* (n. 111): Si se usa de forma dinámica y puesta al día constantemente, no sólo como simple escaparate estático, la página Web de la parroquia puede convertirse en un instrumento precioso para la evangelización, para el conocimiento de las actividades de la parroquia, y para el crecimiento de la intercomunicación entre grupos y organismos.
2. Es necesario activar la figura del *animador de la cultura y de la comunicación*, que anime a participar a los más jóvenes (n. 113).
3. Promover formas de *colaboración interparroquial*, para fomentar la comunión y la misión arciprestal, zonal y diocesana (n. 114).
4. Una llamativa novedad: La *sala de la comunicación creativa* (n. 115): “Abriéndonos al concepto más amplio y profundo de comunicación habéis querido (...) hacer de vuestras salas un lugar de encuentro y de diálogo, espacios de cultura y de compromiso, para una acción sabia de recuperación cultural, de pre-evangelización y de plena evangelización. (...) Estas salas se han convertido en algo propedeútico al templo, punto de referencia y de interés también para los alejados, servicio al Pueblo de Dios, y también a todos los hijos de Dios dispersos” [Juan Pablo II].

Hay que reservar en las obras parroquiales un ámbito para destinarlo a la sala de la comunicación y a los varios servicios que ésta puede prestar a la comunidad misma y a los alejados. Esta sala no se entiende sin más como la del cine-club clásico, sino como una verdadera y propia estructura pastoral al servicio de la comunicación creativa y evangelizadora... Y del encuentro con creyentes y alejados.

Puede servir para la primera evangelización y para consolidar la comunidad. Basta disponer de un espacio equipado con algunos de los modernos instrumentos de la comunicación audiovisual.

Algunos de los varios servicios que ésta puede prestar a la comunidad misma:

- Las posibilidades de Internet e Intranet: correo electrónico, chat, faq (preguntas y respuestas), blogs de opinión, links o enlaces, newsgroup o grupos de discusión. Sin olvidar los SMS y MMS que pueden ayudar a crear “familia” (fechas de cumpleaños, recordatorios en tiempos fuertes...)
- Grabación y proyección de documentales y DVD.
- Celebraciones con niños, adolescentes y jóvenes...
- Conferencias y debates...

Palabras finales

Lógicamente, para desarrollar todo lo anterior se necesita una adecuada formación para la comunicación social (n. 116).

Cada agente de pastoral tiene que estar dotado de competencias comunicativas adecuadas. En este campo nada es fruto de la improvisación. Se necesita una formación orgánica y prolongada.

La preparación de presbíteros, religiosos, religiosas, catequistas y educadores exige un programa sistemático, sedes equipadas y docentes cualificados. En los seminarios, institutos de teología e institutos superiores de ciencias religiosas debe concretarse un programa de formación en comunicación social de tipo teórico y práctico.

El estudio de la comunicación (ciencias y técnicas) no se puede circunscribir a un curso aislado, sino que debe constituir una dimensión que atraviese toda la vida de los centros de formación.

Del uso programado y responsable de los mass media depende en gran medida la eficacia y credibilidad del mensaje cristiano en cibercultura. No anulan la acción del Espíritu Santo; la favorecen... Todo un reto y una esperanza y que, como se puede apreciar, desborda incluso el ámbito estrictamente parroquial.

Las parroquias, en la era de la comunicación, siguen teniendo un gran futuro si son capaces de utilizar las nuevas tecnologías, y si desarrollan comunidades de relación auténtica y de espiritualidad verdadera. No hay que tener miedo a verter el vino nuevo en odres nuevos.

Notas

[1] Cf. M. R. PINTO LOBO, *Los medios de comunicación en nuestras vidas. La aculturación: de la paranoia a la esquizofrenia de los "mass-media"*, Universi- Pontificia, Salamanca 1997.

[2] JUAN PABLO II, *Mensaje para la XXIV Jornada mundial de las comunicaciones sociales: "L'Osservatore Romano"* (25-1-1990).

[3] JUAN PABLO II, *Redemptoris missio*, n. 37: "AAS LXXXIII (1991) 285.

[4] *Communio et Progressio*, n. 181.

[5] L. F. VILCHEZ MARTIN, *Televisión y familia, un reto educativo*, PPC, Madrid 1999, 115-116.

[6] CONFERENCIA EPISCOPAL ESPAÑOLA, *Orientaciones pastorales para la iniciación cristiana de niños no bautizados en su infancia* (26-10-2004). PROYECTO DIOCESANO PARA LA TRANSMISION DE LA FE, *Queremos ver a Jesús*, PPC-DIOCESIS DE VALENCIA, Madrid 2005.

[7] PROYECTO DIOCESANO PARA LA TRANSMISION DE LA FE, *Queremos ver a Jesús*, nn.1-19.

[8] *Ibid.*, nn. 41-58.

[9] Como señala expresamente el DIRECTORIO GENERAL DE CATEQUESIS, n. 278.

[10] PROYECTO DIOCESANO PARA LA TRANSMISION DE LA FE, *Queremos ver a Jesús*, nn. 55-56.

[11] Remitimos, a la voz "Parroquia" en: AA.VV., *Diccionario de Pastoral y Evangelización*, Monte Carmelo, Burgos 2000, 847-851; AA.VV., *Diccionario del laicado y Asociaciones y movimientos católicos*, Monte Carmelo, Burgos 2004, 576-583; AA.VV., *Diccionario del animador pastoral*, Monte Carmelo, Burgos 2005, 600-610; AA.VV., *Diccionario de Pastoral Vocacional*, Sígueme, Salamanca 2005, 838-842. Recientemente se ha publicado: E. BIANCHI - R. CORTI, *La parroquia*, Sígueme, Salamanca 2005.

[12] Para este escrito nos basamos, en parte, en lo publicado por nosotros: R. BERZOSA, *¿De qué hablamos cuando hablamos de familia? "Surge"* 52 (1994) 117-137; Id., *En el año internacional de la familia: Religión y Cultura: XL* (1994)

757-794; ID., *Familia en misión. Claves para una pastoral de la familia hoy: Sí- nite XLI* (2000) 3-21; ID., *Pastoral de la familia*, en AA.VV., *Diccionario de Pastoral y Evangelización*, Monte Carmelo, Burgos 2001, 433-441; ID., *Evangelizar en una nueva cultura*, San Pablo, Madrid 1998; ID., *Familia y cristianismo: "Revista de Ciencias de la Educación"* 201 (Enero-Marzo 2005) 93-122. Recientemente ha aparecido: AA.VV., *La familia cristiana transmisora de la Fe: "Publicaciones Pastorales"* n° 12, Suplemento del Boletín Oficial Diocesano de Pamplona (Octubre 2005).

[13] Remitimos, a la voz "Movimientos eclesiales y nuevos movimientos": en AA.VV., *Diccionario de Pastoral y Evangelización*, Monte Carmelo, Burgos 2000, 734-742; AA.VV., *Diccionario del laicado y Asociaciones y movimientos católicos*, Monte Carmelo, Burgos 2004, 510-518; AA.VV., *Diccionario del animador pastoral*, Monte Carmelo, Burgos 2005, 551-561. Para este tema, Cf. R. BERZOSA, *Ser laico en la Iglesia y en el mundo*, DDB, Bilbao 2000, 126-147

[14] CONGREGACION PARA LA EDUCACION CATOLICA, *La Escuela Católica*, n. 9. Como bibliografía actualizada, remitimos a: Cf. O. GONZALEZ DE CARDEDAL, *Educación y educadores*, PPC, Madrid 2004; A. FERNANDEZ, *La enseñanza de la religión en la escuela*, Casals, Madrid 2003.

[15] Cf. P. BABIN-A. A. ZUKOWSKI, *El Evangelio en el ciberespacio*, PPC, Madrid 2005. Sobre este tema remitimos también a: M^a. D. DE MIGUEL POYARD, *Con el Señor en la cibercultura*, BAC, Madrid 2001; ID., *Cibercultura*, en R. CALVO, *Diccionario del animador de pastoral*, Monte Carmelo, Burgos 2005, 193-202; R. BERZOSA, *Cibernética y nuevas tecnologías*, en "Diccionario de pastoral y Evangelización", Monte Carmelo, Burgos 2000, 208-210.

[16] Cf P. BABIN - A. A. ZUKOWSKI, o.c., 39-46.

[17] *Ibid.*, 61-63.

[18] *Ibid.*, 68-69.

[19] Cf. JUAN PABLO II, *Mensaje para la XXIV Jornada Mundial de las Comunica-*

ciones Sociales: "L'Osservatore Romano" (25-1-1990) 6. En este mismo sentido apuntado por el Papa Juan Pablo II, y en documentos recientes, remitimos a: JUAN PABLO II, *Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio*, en "Mensaje para la XXXVI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales" (12-5-2002); PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *La Iglesia e Internet* (22-2-1002); AA.VV., *Iglesia e Internet: "Boletín de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social"* 196-197 (Abril-Septiembre 1999) 51 págs. Desde el punto de vista crítico, en relación a las autopistas de la comunicación, señalamos: N. ALMIRON, *Los amos de la globalización. Internet y poder en la era de la información*, Plaza y Janés, Barcelona 2002; J. VIDAL BENEYTO, *La ventana global*, Taurus, Madrid 2002.; AA.VV., *Ciberespacio, cibernética y ciberteología: "Concilium"* 309 (Febrero 2005) 7-139. Sobre la diferencia entre signo de los tiempos, Fuente de Revelación y lugar teológico, Cf. R. BERZOSA, *¿Una nueva articulación de los lugares teológicos en la teología conciliar-postconciliar?*, en AA.VV., *Teología en el tiempo*, Aldecoa, Burgos 1994,97-112.

[20] P. BABIN - A. A. ZUKOWSKI, o.c., 110-11

[21] *Ibid.*, 123.

[22] *Ibid.*, 126-130.

[23] Para el tema Parroquia, remitimos, a la voz "Parroquia" en: AA.VV., *Diccionario de Pastoral y Evangelización*, Monte Carmelo, Burgos 2000, 847-851; AA.VV., *Diccionario del laicado y Asociaciones y movimientos católicos*, Monte Carmelo, Burgos 2004, 576-583; AA.VV., *Diccionario del animador pastoral*, Monte Carmelo, Burgos 2005, 600-610; AA.VV., *Diccionario de Pastoral Vocacional*, Sígueme, Salamanca 2005, 838-842. Recientemente se ha publicado: E. BIANCHI - R. CORTI, *La parroquia*, Sígueme, Salamanca 2005.

[24] Cf. CONFERENCIA EPISCOPAL ITALIANA, *"Comunicación y misión, Directorio sobre las comunicaciones sociales en la misión de la Iglesia"*, 2005.