

EL FENÓMENO RELIGIOSO: LA EVANGELIZACIÓN EN LA ERA DIGITAL

S. Em. R. Card. Darío Castrillón Hoyos
Congreso Continental sobre Iglesia e informática
Monterrey, N. L., 3 de abril de 2003

Resumen: Se trata del fenómeno religioso en la WEB y las nuevas formas de la inculturación. Al navegar en la red se puede observar que el Internet no es solamente laico. Hay sitios de aspectos religiosos, espirituales, pero también seudoreligiosos. Es llamativo el relativismo on-line y el sincretismo digital que se perciben en la pantalla. El interés del texto se centra en las claves de la evangelización en la era digital, las posibilidades que se presentan y el encuentro personal con Cristo que constituye la clave de toda auténtica evangelización.

Palabras clave: Internet, web, red, era digital, evangelización, inculturación, religión.

Abstract: It deals with the religious phenomenon in the web and the new forms of unculturalization. When navigating in the web you realize Internet is not only laic. There are spiritual and religious sites as well as pseudo-religious ones. It is interesting the on-line relativism and the digital syncretism which can be found on the screen.

The text cares about the evangelization keys in the digital age, the available possibilities and the personal encounter with Christ, which is the key for all genuine evangelization.

Key Words: Internet, web, net, digital age, evangelization, unculturalization, religion.

Résumé: L'article proposé s'intéresse aux phénomènes religieux se manifestant sur l'Internet et aux nouvelles formes d'inculturation. En naviguant sur le réseau on s'aperçoit que l'Internet n'est pas seulement laïque. On y trouve des sites comportant des aspects religieux, spirituels, mais aussi pseudo-religieux. En fait, le relativisme « on-line » et le syncretisme numérique que l'on peut percevoir à l'écran sont frappants. L'intérêt du texte se situe dans les clés de l'évangélisation à l'ère numérique, les possibilités qui se présentent et la rencontre personnelle avec le Christ qui constitue la clé de toute évangélisation authentique.

Mots clef: Internet, web, réseau, ère numérique, évangélisation, inculturation, religion.

Estimados hermanos Cardenales, Obispos, sacerdotes, religiosos, religiosas y laicos que asisten a este congreso continental sobre Iglesia e informática:

Según algunos estudios, dentro de diez a quince años el treinta por ciento de las parejas que se casen se habrán conocido a través de Internet¹. Este dato nos ayuda a conocer ya una de las grandes características de la cultura de la era digital: los seres humanos conocen mejor a sus compañeros de chat que a sus vecinos de condominio. Pero al mismo tiempo nos dice que Internet, lejos de ser un simple instrumento de información, se ha convertido en un ámbito donde tienen lugar profundas relaciones humanas. Y por ello, la evangelización no puede estar ausente de él.

I. EL FENÓMENO RELIGIOSO EN LA WEB

Internet es, ante todo, un reflejo de la sociedad y la cultural actual, una especie de radiografía que nos muestra lo más profundo de nuestro entorno, de nuestros pensamientos, de nuestras convicciones, de nuestra vida. Si la Iglesia quiere evangelizar esta nueva civilización con la que se encuentra, debe presentarse sin complejos en los ámbitos donde esta civilización se forma e informa, y un medio privilegiado es Internet.

En 1996, un grupo de periodistas del *Times* hizo una búsqueda en la red y encontró 25.000 referencias de Bill Gates, 410.000 referencias de Dios y 146.000 referencias de Cristo. Es más que evidente que Dios y Jesucristo no están ausentes de Internet. Las religiones, los grupos sociales, las plataformas políticas, todos aparecen en la red ofreciendo su mercancía, muchas veces sin preocuparse por la ver-

dad o el bien de su "producto", sino movidos por el proselitismo o por el simple beneficio económico. Se ofrece la felicidad, el bienestar inmediato que sirva para magnetizar el interés de los "clientes" potenciales, las mayores panaceas y las más grandes utopías sociales, todas juntas y de forma llamativa, atrayente. Y este mercado de reciente irrupción está generando unos nuevos rasgos culturales; incluso está formando un nuevo tipo de religiosidad de la que se pueden adelantar ciertas características preocupantes.

Secularismo virtual

Basta navegar un poco en la red para concluir que Internet no es un ambiente absolutamente laico. Efectivamente, la continua apertura de sitios religiosos que se constata en la red nos habla de una nueva reflexión, instalada en esta nueva cultura, sobre la relación que el hombre debe establecer con Dios. Los restos del Iluminismo, que siguen influyendo fuertemente en nuestras sociedades, nos han llevado a plantearnos si el único medio para establecer una sana convivencia sería la sociedad secular, dentro de la cual las religiones podrían establecerse sólo en el ámbito privado. Sin embargo, la realidad es que Internet está plagado de reclamos religiosos. Pero hay que avanzar con cautela. ¿Nos encontramos ante verdaderos sitios religiosos o ante creaciones *consumísticas* hechas a la medida del hombre de hoy? ¿Estamos ante nuevas formas de *secularimos*? ¿Cómo se presentan las religiones en la web?

Entrar en la web es entrar en un mercado donde, junto a otras mercancías, se ofrece lo que hoy genéricamente se denomina *espiritualidad*. Y esa espiritualidad, las más de las veces, se sustenta en un acercamiento puramente psicológico, hoy muy en boga, para convertirse en un recurso casi terapéutico que solamente busca confortar al ser humano. En muchos sitios-web de aspecto aparentemente religioso sólo encontramos una pseudosacralidad. La secularidad se presenta no ya como ausencia de elementos sagrados sino como *ofrecimiento*, casi comer-

¹ Cfr. CANTELIBI, TONINO y GIARDINA, LISA, *La mente virtuale*, Cinisello Balsamo (MI), San Paolo, 2002, p. 9.

cial, de religiones sin sacro o con un concepto irreal de lo sacro, hecho a la medida del ser humano. Internet, como mercado, busca satisfacer las necesidades de las personas, y entre ellas se encuentra el deseo de trascendencia. Muchas veces, la mercancía que ofrece son religiones proclamadas por el hombre, no por Dios, no reveladas o como máximo, alguna iluminación divina condimentada de sentimentalismo y esoterismo para hacerla más atractiva, más vendible.

Estos credos comerciales se sitúan suavemente junto a la religión revelada. Incluso dentro del cristianismo, Internet es el *speakers' corner* donde se exhiben quienes han construido un catolicismo a la medida, alejado de la Sagrada Escritura y de la Revelación, hecho más de opiniones que de doctrinas de origen sobrenatural, cargadas más de lo efímero y lo egoísta que de la verdadera salvación.

Si la mentalidad desacralizante de finales del siglo XIX y comienzos del XX buscaba despertar las conciencias anestesiadas por la cultura cristiana, ahora nos encontramos con una fuerte tendencia a absorberlas narcotizándolas con la droga de las nuevas espiritualidades, que no cuestionan el comportamiento personal ni las actitudes ante el bien y la verdad. Así, la secularización asume ahora una forma pseudo-rreligiosa mimetizándose con coloraciones emotivas y configuraciones valorales de un nuevo sacro, comercializado y domesticado por el hombre para su propio entretenimiento y que sea capaz de llamar la atención del *surfer* individualista que navega o naufraga por la red. Se llega así, casi sin darse cuenta, a un nuevo secularismo, que no consiste en eliminar a Dios de la red sino en presentar un nuevo *dios*, hecho a la medida del hombre y de sus necesidades. El secularismo de la sociedad actual se presenta de modo silencioso, acomodaticio, tolerante, menos colectivo y más individualista, oculto bajo nuevos credos alternativos y fulgurantes, que se *venden* con más espectacularidad, ofreciendo unos contenidos más fugaces, unas mayores esperanzas de andar por casa y una salvación más terrena.

Relativismo *on-line*

Unido al secularismo, la red ofrece también un marcado relativismo heredado de la cultura en la que

se desarrolla. Nada es absoluto, ni siquiera la verdad. Al entrar en la red, el navegante encuentra múltiples propuestas de felicidad que se le ofrecen con argumentos muy atractivos, con múltiples promesas de una vida mejor, de superación personal, pero sin referencia a la verdad de sus contenidos. Es más: para un hombre de hoy, hablar de verdad resulta casi de mal gusto. Parece una pretensión aventurada suponer que alguien pueda hablar de una verdad que sirva para todos. Más bien se habla de "tu verdad" o de "mi verdad". "Esto sucede porque la cultura mediática se ha ido penetrando progresivamente por un sentido típicamente posmoderno donde la única verdad absoluta admitida es la inexistencia de la verdad absoluta o, en caso de que ésta existiese, sería inaccesible a la razón humana y por lo tanto irrelevante"².

En el cosmos internáutico, el relativismo religioso se presenta con forma de sincretismo, un sincretismo que presume de espontaneidad y renuncia a los aspectos más visibles de las religiones para convertirse en pura interioridad. La religión *on-line* se construye rechazando la experiencia de comunidad y promoviendo una espiritualidad autónoma, de absoluta intimidad, que recuerda en muchos aspectos a la *gnosis* de los primeros siglos del cristianismo. Hay una curiosa contradicción entre la publicidad de la proclamación y la privacidad de la profesión.

En la web, las religiones aparecen como iguales, subjetivas. Algunos analistas hablan de Internet como el promotor de un subjetivismo radical: "todo hoy se ha convertido en subjetivo, todo tiene un valor de referencia al sujeto. 'Para mí es verdadero, para mí no es verdadero'. ¿Hay una justicia y una verdad válida para todos? No. Son válidas en relación al sujeto, a sus gustos, a sus elecciones. [...]. Ésta es la subjetividad. Ya no existe la verdad, sino cien verdades para cien cabezas. Es fácil comprender que en este clima se termine por convertirse en más o menos religioso según los gustos personales o subjetivos"³. El sujeto cibernético es artífice de su destino, salvador de sí mismo, protagonista de su propia existencia, sin más autoridad sobre él que las limitaciones de su instrumento mediático.

2. JUAN PABLO II, *Proclamar desde los terrados: el Evangelio en la era de la comunicación global*, Mensaje con ocasión de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, 2001, 3.

3. FIORE C. *Religione tra storia e attualità*, Leumann (TO), LDC, 1999, p. 150.

cial, de religiones sin sacro o con un concepto irreal de lo sacro, hecho a la medida del ser humano. Internet, como mercado, busca satisfacer las necesidades de las personas, y entre ellas se encuentra el deseo de trascendencia. Muchas veces, la mercancía que ofrece son religiones proclamadas por el hombre, no por Dios, no reveladas o como máximo, alguna iluminación divina condimentada de sentimentalismo y esoterismo para hacerla más atractiva, más vendible.

Estos credos comerciales se sitúan suavemente junto a la religión revelada. Incluso dentro del cristianismo, Internet es el *speakers' corner* donde se exhiben quienes han construido un catolicismo a la medida, alejado de la Sagrada Escritura y de la Revelación, hecho más de opiniones que de doctrinas de origen sobrenatural, cargadas más de lo efímero y lo egoísta que de la verdadera salvación.

Si la mentalidad desacralizante de finales del siglo XIX y comienzos del XX buscaba despertar las conciencias anestesiadas por la cultura cristiana, ahora nos encontramos con una fuerte tendencia a absorberlas narcotizándolas con la droga de las nuevas espiritualidades, que no cuestionan el comportamiento personal ni las actitudes ante el bien y la verdad. Así, la secularización asume ahora una forma pseudo-religiosa mimetizándose con coloraciones emotivas y configuraciones valorales de un nuevo sacro, comercializado y domesticado por el hombre para su propio entretenimiento y que sea capaz de llamar la atención del *surfer* individualista que navega o naufraga por la red. Se llega así, casi sin darse cuenta, a un nuevo secularismo, que no consiste en eliminar a Dios de la red sino en presentar un nuevo *dios*, hecho a la medida del hombre y de sus necesidades. El secularismo de la sociedad actual se presenta de modo silencioso, acomodaticio, tolerante, menos colectivo y más individualista, oculto bajo nuevo credos alternativos y fulgurantes, que se *venden* con más espectacularidad, ofreciendo unos contenidos más fugaces, unas mayores esperanzas de andar por casa y una salvación más terrena.

Relativismo *on-line*

Unido al secularismo, la red ofrece también un marcado relativismo heredado de la cultura en la que

se desarrolla. Nada es absoluto, ni siquiera la verdad. Al entrar en la red, el navegante encuentra múltiples propuestas de felicidad que se le ofrecen con argumentos muy atractivos, con múltiples promesas de una vida mejor, de superación personal, pero sin referencia a la verdad de sus contenidos. Es más: para un hombre de hoy, hablar de verdad resulta casi de mal gusto. Parece una pretensión aventurada suponer que alguien pueda hablar de una verdad que sirva para todos. Más bien se habla de "tu verdad" o de "mi verdad". "Esto sucede porque la cultura mediática se ha ido penetrando progresivamente por un sentido típicamente posmoderno donde la única verdad absoluta admitida es la inexistencia de la verdad absoluta o, en caso de que ésta existiese, sería inaccesible a la razón humana y por lo tanto irrelevante"².

En el cosmos internáutico, el relativismo religioso se presenta con forma de sincretismo, un sincretismo que presume de espontaneidad y renuncia a los aspectos más visibles de las religiones para convertirse en pura interioridad. La religión *on-line* se construye rechazando la experiencia de comunidad y promoviendo una espiritualidad autónoma, de absoluta intimidad, que recuerda en muchos aspectos a la *gnosis* de los primeros siglos del cristianismo. Hay una curiosa contradicción entre la publicidad de la proclamación y la privacidad de la profesión.

En la web, las religiones aparecen como iguales, subjetivas. Algunos analistas hablan de Internet como el promotor de un subjetivismo radical: "todo hoy se ha convertido en subjetivo, todo tiene un valor de referencia al sujeto. 'Para mí es verdadero, para mí no es verdadero'. ¿Hay una justicia y una verdad válida para todos? No. Son válidas en relación al sujeto, a sus gustos, a sus elecciones. [...] Ésta es la subjetividad. Ya no existe la verdad, sino cien verdades para cien cabezas. Es fácil comprender que en este clima se termine por convertirse en más o menos religioso según los gustos personales o subjetivos"³. El sujeto cibernético es artífice de su destino, salvador de sí mismo, protagonista de su propia existencia, sin más autoridad sobre él que las limitaciones de su instrumento mediático.

2 JUAN PABLO II, *Proclamar desde los terrados: el Evangelio en la era de la comunicación global*, Mensaje con ocasión de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, 2001, 3.

3 FIORE C. *Religione tra storia e attualità*, Leumann (70), LDC, 1999, p. 150.

A este hombre inundado de subjetividad el mercado religioso *on-line* le propone una provocativa producción de espiritualidad industrial, una oferta capaz de proveer a su sustento espiritual a través de la *personalización* de la experiencia divina. Así el navegante puede prepararse su propia dieta religiosa después de "clicar" en varios vínculos de productos con propuestas a su medida. En este contexto, el mundo de lo *mágico* adquiere una especial importancia. Es un producto que se vende bien por su atractivo morboso y porque refuerza la idea de independencia, de poder personal, de infatuación autárquica.

En Internet parece encontrarse más a gusto quien busca sin encontrar que quien parte de su confesión de fe y edifica su vida desde ella. Es un reflejo de nuestra cultura, donde la duda, la instalación existencial en la perplejidad, el rechazo de todo dogma, parecen ser las actitudes más racionales, respetuosas y tolerantes con las opiniones de los demás. Incluso, muchos cristianos se plantean si es mejor ser cristiano o ser tolerante, como si ambas opciones fueran incompatibles. Es cierto que la fe cristiana implica la aceptación incondicional de verdades absolutas. Supone la adhesión plena y firme a la verdad de la revelación Divina, que Dios nos manifestó para nuestra salvación. Eso es la confesión de fe. Pero también es verdad que en esa Revelación hay una continua referencia al valor de la persona humana. Y ésta es la convicción que hace del cristiano el más tolerante, porque el cristiano no sólo tolera al prójimo sino que también lo ama tal y como es, aunque luego pueda dialogar sobre la verdad o falsedad de sus ideas. Sin embargo, la tolerancia relativista hace al ser humano indiferente hacia los demás, y eso, en el mundo de Internet, es muy fácil, porque el prójimo es el que está del otro lado del monitor, a miles de kilómetros de fibra óptica o de conexión vía satélite.

La fe cristiana compromete personalmente hasta el punto de estarse dispuesto a dejarlo todo y a entregar, si fuese necesario, la propia vida, antes que renegar de ella, porque la fe conlleva a la certeza, la seguridad plena, de que lo creído es verdadero, absolutamente verdadero, porque es Dios quien lo revela, y Dios no puede equivocarse ni engañarnos. Esta certeza se apoya no en la sabiduría de los hombres sino en la fidelidad de Dios a su palabra. Cristo, Dios hecho hombre, es la Verdad. El cristiano es tole-

rante no porque dude del contenido de su fe, pues sabe de quién se ha fiado⁴, sino porque es consciente de que su verdad no es suya, no le pertenece; es una Verdad regalada, de la que no es dueño sino siervo. Es una Verdad que se revela suavemente al que la busca con humildad, sabe esperar con infinita paciencia y la atestigua con la indulgente firmeza de un amor que prefiere el silencio de la cruz antes que cualquier palabra de coacción.

Sincretismo digital

Algunos analistas del fenómeno religioso en la cultura actual lo definen como una *nebulosa místico-esotérica*⁵. Y esto se refleja en la red. Las páginas de meditación transcendental, por ejemplo, cuentan sus entradas por millones, mientras que las de oración cristiana, en las que se busca el diálogo con Dios para encontrar *Su voluntad*, y no el simple *relax interior*, no pasan de decenas de miles. Se aprecia un cambio en la búsqueda espiritual: se pasa de una espiritualidad de la búsqueda de Dios a una espiritualidad *de* y *para* el *ego*. Son innumerables los sitios de Internet que prometen alcanzar avísales estados de quietud del espíritu y de autocontrol, delineando senderos escondidos a través de los cuales se puede entrar en contacto con lo más profundo de la propia alma, no con Dios –que usualmente no aparece no se nombra–, o se ofrecen instrucciones precisas para reordenar una disonante armonía interior.

En algunos casos, el internauta puede abrir su alma a espíritus-guías, ciberchamanes virtualmente existentes, organizaciones especializadas en hacerle reencontrar la paz perdida o en restablecer su equilibrio interior, y todo esto en unos pocos clics y en mensajes que no pasan de las diez líneas. También podrá acceder a mezclas de música y movimientos que lo llevarán al éxtasis revitalizante, y lo más sorprendente es que todo esto lo podrá hacer incluso desde portales dirigidos por organizaciones católicas.

Desde el punto de vista religioso, Internet se presenta como un instituto de belleza interior, como

4 Cfr. 2 Tim 1, 12.

5 Cfr. CHAMPION, F. *La nébuleuse mystico-esotérique. Une décomposition du religieux entre humanisme révisité, magique, psychologique*, Lyon, Presses Universitaires, 1994.

II. LAS CLAVES DE LA EVANGELIZACIÓN EN LA ERA DIGITAL

La evangelización de la era digital debe ir dirigida a todo el hombre, sin prescindir de la evangelización de la inteligencia pero sin quedarse solamente en ella. Hay que llegar al hombre y a la mujer que viven *en y de Internet*, y hay que llegar a ellos también a través de la red, hablándoles desde la verdadera salvación, la única salvación de Cristo.

Evangelizar desde Internet

"Proclama la Palabra, insiste a tiempo y a des-tiempo, reprende, amenaza, exhorta con toda paciencia y doctrina"⁸. Estas palabras de Pablo nos siguen recordando que⁹:

el deber de dar testimonio de la muerte y la resurrección de Jesús y de su presencia salvífica en nuestras vidas es tan real y apremiante como el de los primeros discípulos. Hemos de comunicar la buena noticia a todos aquellos que quieran escuchar. Es indispensable la proclamación personal y directa, en la que una persona comparte con otra su fe en el Resucitado. Igualmente lo son otras formas tradicionales de sembrar la Palabra de Dios. No obstante, al mismo tiempo debe realizarse hoy una proclamación en y a través de los medios de comunicación social. "La Iglesia se sentiría culpable ante el Señor si no utilizara estos poderosos medios"¹⁰.

Y uno de estos medios es Internet.

Si verdaderamente la Iglesia tiene conciencia de lo que el Señor quiere que sea, surgen de ella una singular plenitud y una necesidad de efusión, con la clara advertencia de una misión que la trasciende y de un anuncio que debe difundir. Es el deber de la evangelización. Es el mandato misionero. Es el ministerio apostólico. No es suficiente una actitud fielmente conservadora. Ciertamente tendremos que

guardar el tesoro de verdad y de gracia legado a nosotros por la tradición cristiana; más aún, tendremos que defenderlo: "Guarda el depósito"¹¹, amonesta san Pablo. Pero ni la custodia, ni la defensa encierran todo el quehacer de la Iglesia respecto a los dones que posee. El deber congénito al patrimonio recibido de Cristo es la difusión, es el ofrecimiento, es el anuncio: "Id, pues, y enseñad a todas las gentes"¹², el supremo mandato de Cristo a sus apóstoles. Éstos, con el nombre mismo de apóstoles, definen su propia e indeclinable misión. A este impulso interior de amor que tiende a hacerse don exterior es a lo que Su Santidad el papa Pablo VI llamaba "diálogo"¹³ católico, desde su testimonio personal, desde su vida, es también responsable de esta misión de la Iglesia. También cuando se asoma al ciber mundo debe sentirse comprometido a dar lo que ha recibido, a ir y enseñar a todas las gentes. Así, Internet se convierte para él en un areópago desde el cual proclamar el nombre de Cristo.

Evangelizar es abrir las riquezas de la Revelación a los hombres, es anunciar la inescrutable riqueza de Cristo y esclarecer cómo se ha dispensado el misterio escondido hace siglos en Dios¹⁴. No se puede evangelizar cuando se traiciona la verdad del mensaje. Por ello,

la solicitud por acercarse a los hermanos no debe traducirse en una atenuación o disminución de la verdad. Nuestro diálogo no puede ser una debilidad respecto al compromiso con nuestra fe. El apostolado no puede transigir con una especie de compromiso ambiguo respecto a los principios de pensamiento y de acción que deben definir nuestra profesión cristiana. El irenismo y el sincretismo son en el fondo formas de escepticismo respecto a la fuerza y al contenido de la Palabra de Dios que queremos predicar. Sólo quien es totalmente fiel a la doctrina de Cristo puede ser eficazmente apóstol. Y sólo el que vive con plenitud la vocación cristiana puede estar inmunizado del contagio de los errores con los que se pone en contacto¹⁵.

Evangelizar es colmar el corazón del ser humano que busca a Dios hasta encontrar en Él su pleni-

8 2 Tim. 4, 2.

9 JUAN PABLO II, *Anunciar a Cristo en los medios de comunicación al alba del Tercer Milenio*, Mensaje del Papa para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero, 2000.

10 PABLO VI, Exhortación apostólica *Evangelii nuntiandi*, 45.

11 1 Tim. 6, 20.

12 Mt. 28, 19.

13 Cfr. PABLO VI, *Ecclesiam summa*, 16: "Nosotros daremos a este impulso interior de caridad que tiende a hacerse don exterior de caridad el nombre, hoy ya común, de diálogo".

14 Cfr. Rom. 16, 25; Ef. 3, 9; Col. 1, 26.

15 PABLO VI, *Ecclesiam summa*, 21.

tud de vida y de felicidad. Todo hombre, toda mujer, lleva en su ser ese anhelo de Dios; su inteligencia, su voluntad, su libertad, su conciencia moral, sus ricos sentimientos e incluso sus pasiones¹⁶ hablan de la necesidad de buscar un absoluto que llene su vida, algo o, mejor, alguien que está fuera y dentro de él, que es al mismo tiempo *superior summo meo et interior intimo meo*¹⁷. El hombre débil está hecho para Alguien que parece esperarlo y escucharlo desde dentro y desde arriba.

San Agustín se preguntaba: “¿Cómo es, Señor, que yo te busco?”, y él mismo encontraba la respuesta: “Porque al buscarte a Ti, Dios mío, busco la vida feliz, haz que te busque para que viva mi alma, porque mi cuerpo vive de mi alma y mi alma vive de ti”¹⁸. La vida del hombre está en Aquel de quien vive su alma. “Nos has hecho para ti y nuestro corazón está inquieto mientras no descansa en ti”¹⁹. Con la evangelización, la Iglesia sale a colmar la más profunda necesidad del ser humano, a entregarle lo que más ansía. Por eso, hoy es un imperativo comúnmente aceptado ponerle corazón a nuestra fe, hacer que las convicciones de la fe bajen de la cabeza al corazón y llenen todas las facetas del ser humano.

La Iglesia, sin miedo ni falsas humildades, también a través de Internet, debe presentarse ante los nuevos modelos culturales como la gran alternativa para el futuro del hombre y el punto de referencia para una renovación fundamental de la sociedad. Sólo ella está en condiciones de responder a

los enigmas recónditos de la condición humana que, ayer como hoy, conmueven íntimamente su corazón: ¿Qué es el hombre? ¿Cuál es el sentido y el fin de nuestra vida? ¿Qué es el bien y qué es el pecado? ¿Cuál es el origen y el fin del dolor? ¿Cuál es el camino para conseguir la verdadera felicidad? ¿Qué es la muerte, el juicio cuál a retribución después de la muerte? ¿Cuál es, finalmente, aquel último e inefable misterio que envuelve nuestra existencia, del cual procedemos y hacia el cual nos dirigimos?²⁰.

Ni la ciencia²¹ ni la exaltación de los sentimientos puedan dar solución a los grandes interrogantes que envuelven la vida de los seres humanos.

Internet puede ofrecer magníficas oportunidades para la evangelización si se usa con competencia y con una clara conciencia de sus fuerzas y sus debilidades. Sobre todo, al proporcionar información y suscitar interés, hace posible un encuentro inicial con el mensaje cristiano, especialmente entre los jóvenes, que se dirigen cada vez más al mundo del ciberespacio como una ventana abierta al mundo. Por esta razón, es importante que las comunidades cristianas piensen en medios muy prácticos de ayudar a los que se ponen en contacto por primera vez a través de Internet, para pasar del mundo virtual del ciberespacio al mundo real de la comunidad cristiana²².

El encuentro personal con Cristo: clave de toda auténtica evangelización

A la hora de plantear la evangelización en Internet no hay que perder de vista que la fe católica y la pertenencia a la Iglesia algo más que una cultura o que una historia: son una relación con el Salvador, el único Salvador del hombre. Ésta es la clave: el cristianismo no es sólo una tradición cultural ni sólo una doctrina, y ni siquiera se reduce a una filosofía de vida. No: el cristianismo es un encuentro vital y personal con Cristo, en Iglesia y a través de la Iglesia. Ser cristiano e ser discípulo de Cristo, nuestro Maestro y nuestro único Salvador. Por eso, el primer paso de la evangelización es llevar al conocimiento de Cristo.

La fe es creer en algo, pero es sobre todo creer en Alguien, y creer por la autoridad de Dios, que no puede engañarse ni engañarnos. Creer implica un movimiento del alma que acepta a Cristo como la Revelación de Dios. Pero a Cristo no llegamos directamente; por eso necesitamos intermediarios fieles. La evangelización es siempre obra de hombres, de evangelizados que dan lo que ellos, a su vez, han recibido, teniendo en cuenta la misteriosa frase de Jesús: “Mi doctrina no es mía, sino del que me ha enviado”²³ o, puesto en boca de san Pablo: “Yo he

16 Sobre este tema es muy interesante releer con esa clave los números 1716 al 1845 del *Catecismo de la Iglesia Católica*.

17 “Superior a lo más alto que hay en mí y más interno que lo más profundo de mi intimidad” (SAN AGUSTÍN, *Confesiones*, 3, 6, 11).

18 “Quomodo ergo Te quaero, Domine? Cum enim Te, Deum meum, quaero, vitam beatam quaero. Quaeram Te, ut vivat anima mea. Vivit enim hábeas meum de anima mea et vivit anima mea de Te” (SAN AGUSTÍN, *Confesiones*, 10, 20, 29).

19 SAN AGUSTÍN, *Confesiones* I, 1, 1.

20 CONCILIO VATICANO II, *Nostra aetate*, 1.

21 Cfr. JUAN PABLO II, Discurso a un grupo de “premios Nobel”, 22 de diciembre de 1980.

22 JUAN PABLO II, *Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio*, Mensaje con ocasión de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, 2002, 3.

23 Jn. 7, 16. Éste es un tema preferido por el cuarto evangelio. Así se ve, por ejemplo, en: Jn. 3, 34; 8, 28; 12, 49s; 17, 8-14.

recibido del Señor lo que os he transmitido"²⁴. El evangelizador, por tanto, es un testigo fiel, un transmisor de Alguien en quien cree profundamente, de Alguien a quien ama con todo su corazón, con toda su alma y con toda su mente²⁵.

Evangelizar es guiar al encuentro personal con Cristo, a adquirir la convicción profunda de que "la vida que vivo al presente en la carne, la vivo en la fe del Hijo de Dios que me amó y se entregó a sí mismo por mí"²⁶. Ésta es la clave de bóveda de toda evangelización: abrir la puerta de la fe para que Cristo, el Redentor, entre en nuestras vidas: *Ianua nostra est FIDES. Per istam ianuam Christus ingreditur* ("Nuestra puerta es la fe. Por esta puerta entra Cristo")²⁷. Internet es un medio en el que con un número indefinido de personas se pueden dar los primeros pasos de una evangelización, presentando a Cristo para abrir la puerta de la fe.

La vida de Iglesia on-line

Hay una verdad indiscutible: la Iglesia está muy presente en Internet²⁸. En el supermercado de religiones que nos propone la red hay muchos portales católicos ricos en información y doctrina católica. Ciertamente, el aspecto sacramental de la Iglesia está fuera de Internet, y es muy difícil llevar a Internet algunos aspectos de la vida de la Iglesia, pero

aunque la realidad virtual del ciberespacio no puede sustituir a la comunidad real e interpersonal o a la realidad encarnada de los sacramentos y la liturgia, o la proclamación inmediata y directa del Evangelio, puede complementarlas, atraer a la gente hacia una experiencia más plena de la vida de fe y enriquecer la vida religiosa de los usuarios, a la vez que les brinda sus experiencias religiosas²⁹.

La realidad virtual no sustituye la presencia real de Cristo en la Eucaristía, ni la realidad sacramental de los otros sacramentos, ni tampoco el culto compartido en una comunidad humana de carne y hueso. No existen los sacramentos en Internet; e incluso las experiencias religiosas posibles ahí por la gracia de Dios son insuficientes si están separadas de la interacción del mundo real con otras personas de fe. Éste es otro aspecto de Internet que requiere estudio y reflexión. Al mismo tiempo la programación pastoral debería considerar cómo llevar a las personas desde el ciberespacio hasta una auténtica comunidad y cómo podría luego usarse Internet, mediante la enseñanza y la catequesis, para apoyarlas y enriquecerlas en su compromiso cristiano³⁰.

Jesucristo ha querido actuar a través de mediaciones humanas³¹, ha querido llegar a todos los hombres de todos los continentes y de todos los tiempos a través de su Iglesia.

Jesús, enviando a sus apóstoles, les ha confiado no sólo el ministerio de la Palabra de Dios y de los sacramentos, sino también el de la autoridad de regir la Iglesia en su nombre, autoridad que ha prometido y conferido en particular a un apóstol, Simón Pedro, confiándole así la responsabilidad pastoral suprema de toda la Iglesia; resulta por ello que Cristo ha instituido verdaderamente una sola Iglesia como comunidad formal y específicamente visible, es decir, individuuable en la historia como su Iglesia gracias a ciertas estructuras e instituciones visibles³².

El comportamiento de los apóstoles y de la primitiva Iglesia nos confirman esta realidad³³.

La Iglesia tiene su origen en la Encarnación del Verbo, que, asumiendo nuestra naturaleza, quiso salvarnos con ella y enseñarnos desde ella. La Iglesia continúa esa Encarnación de Cristo en el tiempo y en el espacio, es su Cuerpo Místico. La Iglesia es una institución, y esto significa que la Iglesia es una creación de Cristo, *instituida* por Él. La Iglesia es a la vez un don y una estructura o, mejor dicho, un *don que posee una estructura*.

"La Iglesia es el lugar donde los hombres, encontrando a Jesús, pueden descubrir el amor del Padre"³⁴. La Iglesia es la que recibe al hijo pródigo. Cris-

24 1 Cor. 11, 23: La palabra *transmitir*, empleada aquí por San Pablo, ha sido repetida a menudo en la exhortación apostólica *Evangelii nuntiandi* para describir la acción evangelizadora de la Iglesia; si pueden ver, por ejemplo, los números: 4, 15, 78, 79.

25 Cfr. Mt. 22, 37; Mc 12, 30; Lc. 10, 27.

26 Gal. 2, 20.

27 SAN AMBROSIO, *In Ps 118*, 12, 14.

28 Baste ver, por ejemplo, DOMANIN, I. y PORRO, S., *Il ceb sia con voi*, Milano, Mondadori, 2001 y GIRARDET, G., *Cristianesimo 1.0*, Roma, Editori Riuniti, 2000, que, aunque se refieren sobre todo a Italia, recogen amplios catálogos de páginas católicas en Internet.

29 CONSEJO PONTIFICIO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *La Iglesia e Internet*, 5.

30 *Ibid.*, 9.

31 Cfr. Mt 18, 18; Jn 20, 23; Mt 28, 18-20.

32 LÉONARD, ANDRÉ, *Le ragioni del credere*, Milano, Jaca Book, 1994, p. 144. Para una reflexión sobre el origen cristológico de la Iglesia, ver las páginas 139 a 146.

33 Cfr. Mt. 16, 18-19; Mc. 16, 15-16; Jn. 21, 15-17; Hch. 2, 38; 2, 42; 4, 34-35; 6, 1-6; 15, 1-35; 1 Cor. 5, 3-5; 11, 33-34; 14, 27-40; 2 Cor. 2, 9; 13, 10.

34 JUAN PABLO II, Exhortación apostólica postsinodal *Ecclesia in America*, 10. Además, en el número 11 de esta misma exhortación, se designa a María como

to vive en la Iglesia. Cada uno de los hijos que vive en la Iglesia vive en la fe del Hijo de Dios, que lo amó y se entregó a sí mismo por él³⁵.

Parece que actualmente la impresión más difundida es que la Iglesia, en vez de atraer hacia sí a las personas que buscan respuestas para sus interrogantes, las aleja. Pero los que nos sentimos Iglesia, los que estamos en ella de corazón, sabemos que nos toca a nosotros dar respuesta a esas preguntas, pues *nosotros somos* la Iglesia. Los que vivimos la Iglesia desde dentro sabemos que somos piedras vivas y percibimos que dentro de esa institución, muchas veces muy humana, a veces excesivamente humana, corre el río de la gracia, del amor, de la caridad y de la infinita misericordia de Dios. Los de fuera, que no son los no bautizados sino los que no hacen suya la Iglesia, los que no se sienten parte comprometida, los que hablan de ellos y nosotros (la jerarquía y nosotros), tristemente no ven ese torrente. Piensan en una institución llena de imposiciones, legalista. Se asoman a la casa del Padre desde la puerta del jardín sin atreverse a entrar en ella, y no comprenden; sobre todo no comprenden que no se trata de comprender sino de amar, de entrega, de donación, como la donación de Cristo³⁶. No captan que esas leyes de la casa son camino de libertad, de una libertad que debe ir guiada por el amor. Y la Iglesia, o sea nosotros, ¿qué hace? La Iglesia tiene que abrirles sus puertas y mostrarles el amor del Padre que vive en ella. Y eso lo puede hacer, lo debe hacer, también a través de Internet.

Una nueva forma de inculturación³⁷

Evangelizar al hombre implica evangelizar su cultura, esa manera peculiar en que los hombres, en un determinado tiempo y lugar, cultivan su relación

con la naturaleza, consigo mismos y con Dios, a fin de alcanzar un nivel verdadera y plenamente humano. La Iglesia respeta la diversidad de culturas para enriquecerla más. Evangelizar no es faltarle al respeto a una cultura sino testimoniarle un respeto mayor llamándola en nombre de Cristo al pleno desarrollo. Evangelizar las culturas es proponer modelos de sociedad inspirados en la Revelación, transformar desde dentro la sociedad, los criterios de juicio y los valores determinantes, hasta elevarlos a un nivel más acorde con la dignidad del ser humano. Pero el Evangelio no es una cultura más. Anunciar el Evangelio en su integridad es, para la Iglesia, una cuestión de fidelidad a Dios y un servicio al hombre. La Buena Nueva cristiana brinda su alma a las culturas de todos los pueblos. La inculturación de la fe y la evangelización de las culturas avanzan al mismo paso, que es el del progreso en la fe, sin alterar sus contenidos. Lo propio del progreso es el crecimiento de una misma realidad en su identidad propia y no el cambio de esta realidad en otra diferente. En el centro de esta identidad está la fe en Cristo vivo, recogida por la tradición de la Iglesia.

Ahora bien, ¿se puede hablar de una verdadera inculturación del Evangelio en Internet? ¿De qué modo puede realizarse esta inculturación?

En la red desemboca una infinidad de culturas o, mejor dicho, Internet se convierte en un escaparate de culturas o en una especie de *metacultura* universal en la que todas las culturas pueden expresarse. Gracias a Internet, "las culturas menos difundidas ya no se encuentran aisladas, se benefician de un aumento de contactos, pero sufren también por las presiones ejercitadas por una fuerte tendencia a la uniformidad"³⁸.

La inculturación, si se orienta a proclamar eficazmente la Buena Nueva en la red, debe tener en cuenta

medio para llegar a Jesús y en el número 12 se habla de tres lugares de encuentro con Cristo: la Sagrada Escritura, leída a la luz de la Tradición, de los Padres y del Magisterio, y profundizada en la meditación y la oración; la Sagrada Liturgia y las personas, especialmente los pobres, con quienes Cristo se identifica.

35 Cfr. Gal 2, 20.

36 Cfr. Jn 13, 34; 15, 12.

37 "La inculturación es un concepto que sirve para describir los cambios culturales consecuentes a la penetración del Evangelio en un ambiente humano. La inculturación es afín a la "aculturación", término usado por los antropólogos de finales del siglo pasado para designar los cambios culturales

que se verifican cuando dos grupos humanos viven en estrecho contacto. El encuentro de las dos culturas provoca generalmente múltiples cambios: por ejemplo, en la lengua, en las usanzas, en las creencias, en los comportamientos. Los católicos comenzaron en seguida usar el concepto de aculturación para estudiar las relaciones entre el cristianismo y la cultura. Hoy el término inculturación se prefiere y es más frecuente. Tiene la ventaja de subrayar que el encuentro del Evangelio con una cultura no se reduce a la relación entre dos culturas (aculturación). Se trata, específicamente, de la interacción entre el mensaje de Cristo y una determinada cultura" (Cfr. CARRIER, H., "Inculturazione del vangelo", en LATOURELLE, R., y FISCHIELLA, R., *Dizionario di Teologia Fundamentale*, Assisi (FG), Cittadella, 1990, pp. 587-588.

38 "Verso un approccio pastorale alla cultura", n. 33, en PONTIFICIO CONSIGLIO DELLE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Etica nelle Comunicazioni Sociali*, n. 16.

que "Dios, en efecto, al revelarse a su pueblo hasta la plena manifestación de sí mismo en el Hijo encarnado, habló según los tipos de cultura propios de cada época. De igual manera, la Iglesia, al vivir durante el transcurso de la historia en variedad de circunstancias, ha empleado los hallazgos de las diversas culturas para difundir y explicar el mensaje de Cristo en su predicación a todas las gentes"³⁹. Ésta es la clave que nos ofrece el Concilio: se trata de emplear los hallazgos de las diversas culturas para difundir y explicar el mensaje de Cristo. Por tanto, una verdadera inculturación de la Buena Nueva debe superar la tentación de adaptar el Evangelio a la cultura actual destilando la religión católica a través de un alambique que elimine los elementos dogmáticos para dejar pasar únicamente unos vagos valores que puedan ser compartidos por todos.

La Iglesia tiene el deber de aprender los nuevos protocolos comunicativos y los nuevos lenguajes telemáticos para continuar su diálogo con la humanidad. Sólo así podrá establecer un verdadero diálogo con el hombre de hoy en un medio como Internet, que es esencialmente interactivo. Hay que "integrar el mensaje mismo en esta *nueva cultura* creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que de los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevas actitudes psicológicas"⁴⁰.

Partimos de una convicción, y es que el Evangelio puede enriquecer profundamente a esta nueva cultura. En este ambiente virtual de Internet "se hace necesario un anuncio del Evangelio más incisivo, testimonial, encarnado—capaz de penetrar en las honduras de la mentalidad, de los valores condivididos—para regenerar el *ethos* de la gente y contribuir a la realización de un futuro más digno de la persona, que sea mayormente respetuoso de lo humano"⁴¹.

La unión de los apóstoles en el Cenáculo, unidos en torno a María Santísima, reina de los apóstoles, nos ilustra cuál debe ser la preparación de la Iglesia para la evangelización. El Colegio Apostólico persevera en la oración junto a María, la madre del

Señor⁴². En aquel ambiente de unión y caridad llegó el Espíritu Santo para poner en marcha la primera evangelización. Era necesario ese clima de amor, de entendimiento, de oración, de obediencia, para acoger el Espíritu y lanzarse a la misión encomendada a la Iglesia. Sin ese hábitat espiritual de amor se malogra la acción del Espíritu Santo. "El espíritu de independencia, de crítica, de rebelión, no está de acuerdo con la caridad animadora de la solidaridad, de la concordia, de la paz en la Iglesia, y transforma fácilmente el diálogo en discusión, en altercado, en disidencia: desagradable fenómeno—aunque por desgracia siempre a punto de producirse—contra el cual la voz del apóstol Pablo nos amonesta⁴³: Que no haya entre vosotros divisiones"⁴⁴. Sin ese espíritu de obediente solicita en el amor no se habría producido la respuesta generosa de los apóstoles a la acción del Espíritu. Pentecostés pone en marcha el milagro de unos hombres lanzados sin temores y por encima de sus propias capacidades humanas a la extensión del Evangelio y a la predisposición de unas culturas y lenguas finitas abiertas a la plenitud del amor. También hoy el Espíritu Santo pone en marcha a su Iglesia lanzándola por encima de sus posibilidades humanas y predisponiendo un ámbito cultural en el que los hombres pueden abrirse al Amor verdadero, al Amor que salva.

Bibliografía

- COMODO, VINCENZO Y POLI, GIAN FRANCO, *Cliccate e vi sarà aperto, spunti per la missione della chiesa en Internet*, Cantalupa (to), Effatà Editrice, 2002.
- CONSEJO PONTIFICIO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *La Iglesia e Internet*.
- GATTO TROCCHI, CECILIA, *Nomadi spirituali*, Milano, Mondadori, 1998.
- JUAN PABLO II, *Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio*, Mensaje con ocasión de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2002.
- JUAN PABLO II, *Proclamar desde los terrados: el Evangelio en la era de la comunicación global*, Mensaje con ocasión de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, 24 de enero de 2001. ■

39 CONCILIO EUCUMÉNICO VATICANO II, Constitución pastoral *Gaudium et spes*, n. 58.

40 JUAN PABLO II, Carta encíclica *Redemptoris missio*, n. 37c.

41 STAGLIANO, A., "Anche dai tetti urge predicare il Dio di Gesù Cristo", en UFFICIO NAZIONALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI, *Predicately dai tetti*, p. 42.

42 Cfr. Hch. 1, 14.

43 1 Cor. 1, 10.

44 PABLO VI, Carta encíclica *Ecclesiam suam*, 31.