

A stylized white cross icon is positioned on the left side of the text. It has a thick, rounded base that curves upwards and then straightens into a vertical stem. The top of the cross is also thick and rounded, with a small horizontal bar across it.

La  
Iglesia  
te escucha



*“En los primeros tiempos de la Iglesia,  
los Apóstoles y sus discípulos llevaron la Buena Noticia de Jesús  
al mundo grecorromano.*

*Así como entonces la evangelización, para dar fruto,  
tuvo necesidad de una atenta comprensión de la cultura  
y de las costumbres de aquellos pueblos paganos,  
con el fin de tocar su mente y su corazón,  
así también ahora el anuncio de Cristo  
en el mundo de las nuevas tecnologías  
requiere conocer éstas en profundidad  
para usarlas después de manera adecuada.”<sup>i</sup>*

*“La Iglesia en salida  
es la comunidad de discípulos misioneros que primerean,  
que se involucran, que acompañan, que fructifican y festejan.*

*«Primerear»: sepan disculpar este neologismo.*

*La comunidad evangelizadora experimenta que el Señor tomó la iniciativa,  
la ha primereado en el amor (cf. 1 Jn 4,10);*

*y, por eso, ella sabe adelantarse, tomar la iniciativa sin miedo, salir al encuentro,  
buscar a los lejanos y llegar a los cruces de los caminos para invitar a los excluidos.*

*Vive un deseo inagotable de brindar misericordia,  
fruto de haber experimentado la infinita misericordia del Padre y su fuerza difusiva.”<sup>ii</sup>*

## Parte I: INTRODUCCIÓN

### a. ORIGEN y PROCESO

**Origen:** es la convocatoria del Papa al Sínodo de la Sinodalidad. El antiguo proyecto RIIAL<sup>iii</sup> acoge este llamado y propone a la Secretaría General la iniciativa “*La Iglesia te escucha*”, bajo las consignas de Papa Francisco “*Iglesia en salida*” y “*llegar a las periferias existenciales*”, llevando el Sínodo al Continente Digital (espacios y cultura digital), para que nadie quede excluido.

**Desarrollo:** con espíritu de comunión desde el comienzo se incorporó iMisión<sup>iv</sup> y, con gran sorpresa, se fueron sumando más de 100 instituciones y redes que evangelizan en el mundo digital. La metodología estuvo iniciada por el grupo de Inteligencia Colaborativa Delibera, y creció con aportes en una dinámica cooperativa. Una pequeña comunidad originaria de animación y coordinación impulsó el proyecto que fue evolucionando, así llega a tener varios equipos para dinamizar las 6 diversas comunidades sus diversas lenguas y culturas, con 4 sistemas (Delibera, Qwary, Google, Dooblo)

**Dimensión:** es un proyecto “seminal”, incipiente e inicial, y los resultados no son absolutos por la brevedad de la experiencia, sin embargo, ha sido suficiente porque al abrir esta puerta se permitió ver que *el Continente Digital existe, hay que explorarlo y acompañarlo*. Además, el valor del proyecto reside en que muestra la existencia y desarrollo de la vida eclesial en esta nueva realidad.

**Especificidad:** muchas realidades eclesiales han utilizado los recursos de Internet, sumando a los procesos sinodales institucionales. La originalidad de la propuesta de realizar el Sínodo en los “ambientes digitales” no radica en la utilización de los instrumentos digitales, sino en la valoración de los espacios digitales como “*locus*”, habitados por las personas de un modo natural y propio, mirando su realidad desde su propia cultura. Ellas no siempre participan en la vida institucional de la Iglesia presencialmente.

#### **Alcance:**

- Tiempo de ejecución: 2,5 meses
- Lenguas cubiertas: 7 (inglés, español, francés, portugués, italiano, malayalam, tagalog)
- Países que completaron el cuestionario: 115
- Redes e instituciones adheridas: más de 100
- Influenciadores que se han unido: 244
- Cuestionarios completados: 110.000
- Propuestas al Sínodo: 150.000
- Personas alcanzadas (potencial de alcance<sup>vi</sup>) sobre el sínodo: 20.000.000

**Proceso:** un *Sínodo eclesial* es un proceso de *caminar juntos, en comunión, participación y misión*. Para comprender la particularidad del proceso en el así llamado *Continente Digital* distinguimos los siguientes *actores y acciones*:

- **Influencers/evangelizadores digitales:** Testigos que anuncian y escuchan (*Iglesia en salida*) y acompañan (*Iglesia samaritana*)<sup>vii</sup> con originalidad y creatividad en los lenguajes y la técnica propia de este ámbito. (Sobre el uso del término “influencers” ver nota <sup>viii</sup>)
- **Seguidores:** habitantes de estos espacios digitales, necesitados de respuestas a interrogantes existenciales, de fe, que buscan una comunidad de identidad y pertenencia, que quieren hablar y ser escuchados. (“Habitantes” significando que centran su actividad de fe en estos espacios)
- **Proceso Sinodal Digital:** *Convocatoria, Catequesis, Envío misionero, Animación y Coordinación, Consulta, Recolección y Análisis de los datos, Propuestas al Sínodo.*

### b. CLAVES DE COMPRENSIÓN DEL PROCESO

El Proceso Sinodal Digital se presenta en **binomios claves** (keywords): cuatro orientados a las **Personas** y cuatro destinados al **Ambiente Digital**.

### **Las Personas:**

1- **Laicado y corresponsabilidad:** descubrimiento de los *influencers/misioneros digitales* desde la óptica del Vaticano II, como verdaderos evangelizadores, corresponsables de la acción en la Iglesia y en el mundo, según la identidad y misión que les compete como bautizados, discípulos misioneros. Además de la nutrida presencia de sacerdotes, religiosos y consagrados, con auténtica audacia y creatividad misionera la presencia laical desborda las redes. Aman a Jesús y conocen el mundo.

2- **Misionariedad y acompañamiento:** por su naturaleza misionera el proyecto se propuso realizar la llamada a ser una *Iglesia en salida* que va a las *periferias existenciales* para que nadie quede excluido del proceso sinodal de *escucha*. La modalidad de la evangelización en la red manifestó una verdadera relación humana y cristiana entre los *influencers/evangelizadores digitales* y los seguidores. Esta relación generó una interactividad entre el anuncio, la búsqueda de fe y el acompañamiento. Evocó, convocó y acompañó la búsqueda.

3- **Contactos y Vínculos:** hay dos tipos de relaciones, la de los *influencers/evangelizadores digitales* con sus seguidores, y la de los *influencers/evangelizadores digitales* entre sí. Con respecto a la primera, se observó que los *evangelizadores* fortalecieron y acrecentaron más el conocimiento y los vínculos en sus comunidades. En cuanto a la segunda, se extendieron las relaciones más allá de sus círculos conocidos, logrando una unión más *comunional en red*, ofreciendo una posibilidad de sentirse comunidad eclesial, acompañados y participantes de la vida misionera de toda la Iglesia.

4- **Soledad y comunión:** Los *influencers/evangelizadores* manifestaron necesidad de ser escuchados, acompañados, ayudados, reconocidos e integrados. Ellos se descubrieron *comunidad* en la Iglesia Universal, abiertos al intercambio, al apoyo y al sostén. Las personas se sintieron llamadas, llamaron a otros, recibieron la propuesta y generaron procesos, se hicieron co-creadores del proyecto, se involucraron. La *celebración de envío misionero* marcó espiritualidad e identidad. *Influencers* y *seguidores* han manifestado un profundo agradecimiento por el proceso sinodal.

### **El Ambiente Digital:**

1- **Instrumento y lugar:** la *tecnología digital* originariamente fue comprendida y utilizada como *instrumento* para promover y comunicar. Pero su desarrollo e implantación social ha generado un espacio humano nuevo. La perspectiva de concebir esta nueva cultura desde la noción del *Continente Digital*, consiste en incorporar el concepto de ser un *"lugar"* (*locus*) que debe ser habitado, y con la visión de los *nativos digitales*. No basta con usar la red, hay que comprenderla, hay que habitarla, con su lenguaje y sus dinámicas, *porque lo que no se asume no se redime*.

2- **Humano y sobrenatural:** en las relaciones y actividades que se desarrollan en la red, se tomó conciencia de la humanidad y el sentido sobrenatural que se pueden establecer en estos lazos. Porque siempre que se establece un vínculo entre personas hay un *"yo"* y un *"tú"*, y esto también se verifica en los espacios digitales. Las experiencias, visibles en la pandemia, manifiestan hasta qué punto, cuando existe la búsqueda y la intención, hay un acontecer que nos abre a lo espiritual.

3- **Real y digital:** Las personas, los tiempos, los afectos, la fe, las relaciones son siempre reales, lo que es digital es el medio y el lugar que se utiliza para establecer los vínculos y poder compartir en la distancia. La interactividad está mediada por lo digital que no anula, más aún, es vehículo de relaciones y experiencias verdaderas.

4- **Institución y carisma:** La experiencia Sinodal ha permitido comprender que los *influencers/evangelizadores digitales* se venían moviendo, con creatividad y coraje, evangelizando cada uno con su propio carisma, sin un marco formal institucional, innovando y anticipando una *pastoral en el ámbito digital*. Quedó de manifiesto el deseo y la necesidad de establecer una relación formal y recíproca con la institución eclesial, tanto para ser reconocidos y acompañados como para aportar en la vida institucional desde lo propio de la cultura comunicacional y digital.

## Parte II: CUERPO DE LA SINTESIS

### 1. Los protagonistas:

#### a. Influencers/Evangelizadores digitales

Los *evangelizadores digitales* están haciendo una verdadera misión en “el mundo”, donde hay muchas personas que no conocen a Dios pero que buscan respuestas a interrogantes existenciales.

De los 244 que pudimos alcanzar, en una misión compartida, 27% son sacerdotes; también hay un 10% que son religiosas, y un 63% son catequistas y laicos comprometidos, con variados estilos y sensibilidades eclesiales. El contacto con los Influencers/evangelizadores ha sido según la “modalidad apostólica”, cada uno ha presentado a otro y fue el garante de su eclesialidad. Estos Influencers/misioneros digitales tienen un *potencial de alcance de 20 millones* de seguidores.

A estos Influencers/evangelizadores se les propuso el proyecto “*La Iglesia te escucha*” para realizar el proceso de la “escucha digital” en sus propias redes y comunidades (Instagram, Tik-Tok, Youtube, Facebook, Twitter, WhatsApp, Mail), siguiendo sus tiempos, modalidades y carismas. Sus seguidores adhieren a sus formas de presentar el Evangelio y entender la realidad.

Las redes se muestran como un importante canal de comunicación bidireccional, que llega allí, donde y cuando las personas están, especialmente a los “periféricos”.

#### b. El Pueblo de Dios que participó

Además de bautizados y creyentes practicantes es significativa la participación de personas alejadas, no practicantes, agnósticas y ateas que siguen a estos evangelizadores y han querido responder a la llamada de participar en este proyecto.

Allí, en los espacios digitales, se encuentran personas heridas, que manifiestan sus interrogantes existenciales, viviendo en situación de periferia y alejamiento y en diversas situaciones de fe. Mujeres y hombres de distintas edades expectantes, a veces sin saberlo, del anuncio de salvación.

El 58% de quienes respondieron tiene menos de 40 años, y el 84% ha tenido un encuentro personal con Dios. El 66% van a misa, de los cuales 1 de cada 3 siguen a algún *influencer/evangelizador digital* católico, que busca interactuar y profundizar.

Los seguidores de *influencers/evangelizadores digitales* católicos alcanzados por esta iniciativa son una muestra representativa del Pueblo de Dios, en particular de los jóvenes. Muchos de ellos son “sólo digitales”, es decir, no participan en actividades eclesiales presenciales.

Desde el punto de vista de su relación con la fe católica, encontramos tres grandes segmentos:

- **Creyentes practicantes (50%):** fieles activos, comprometidos y satisfechos con la Iglesia y la religión católica. Parte de ellos admite que le gustaría estar más cerca pero no encuentra tiempo ni la forma de poder participar más según sus deseos. En este grupo sobresalen los mayores en edad. Sin duda estamos frente a un grupo de alta fidelidad hacia la Iglesia que tiene el deseo, inclusive, de estar aún más integrado. Quizá por eso siguen a *influencers/evangelizadores digitales* católicos porque quieren profundizar, mediante una escucha y un diálogo sosegado, que difícilmente puede darse en las realidades presenciales.

- **Católicos alejados (40%):** son fieles que participaron en algún momento, pero se alejaron o su fe se enfrió, sea por las decisiones de la Iglesia, o por falta de interés. La mayoría de estos coinciden en aseverar que le gustaría estar más cerca de la Iglesia, pero sienten que se les excluye. A este grupo se puede agregar los que señalan que se acercan a la institución en momentos de



necesidad para pedir o agradecer. Si no se hace nada por acogerlos, se irán alejando cada vez más, aunque sin necesariamente romper con la fe.

- **Los que ya se fueron, los agnósticos y ateos (10%):** es un grupo minoritario y en el extremo. Ya no le interesa acercarse a la Iglesia Católica como institución y prefieren participar de otras organizaciones religiosas y filantrópicas, pero se sienten atraídos por influencers con los que sintonizan mejor con sus mensajes, más cercanos, que no les juzgan y les acogen.

- **Índice de satisfacción:** la escucha digital nos ha reflejado una relación *tibia* de muchos católicos con la Iglesia en estos momentos. Menos de la mitad (41%) está muy satisfecho con su relación con la Iglesia/religión católica, y el 59% *algo, poco o nada satisfechos*. Entre los motivos que se expresan sobre por qué las personas se alejan, el principal corresponde a los escándalos en la Iglesia por pederastia y corrupción. En segundo lugar, porque la Iglesia no responde a sus inquietudes y prioridades; otros porque se sienten juzgados por ella. También está la falta de entendimiento con las personas que la integran y el peso de otras religiones y sus convocatorias. Además, un 81% piensa que la Iglesia tiene que acometer una actualización relevante, y un 32% piensa que, si no la acomete con cierta celeridad, difícilmente permanecerá en ella.

Son muchas personas alejadas y dolidas o excluidas que también agradecieron esta escucha.

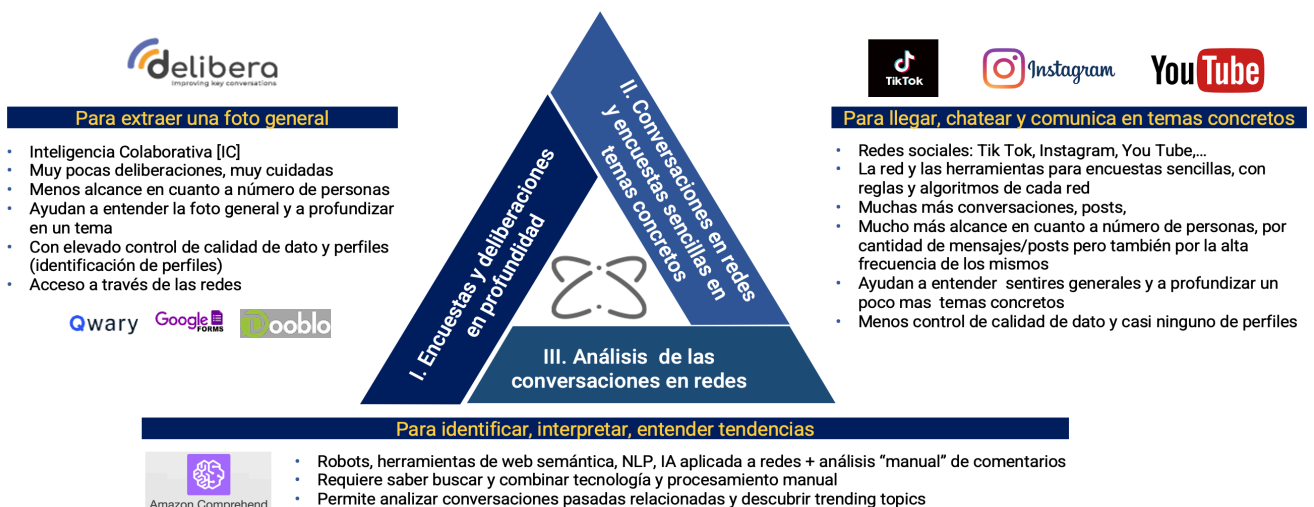
## 2. La metodología:

Para llevar adelante el proyecto se trabajó con la metodología y los elementos que facilitan la comunicación bidimensional.

Al ser asíncrono y sin límites de espacio y tiempo, se favoreció una escucha y un diálogo de calidad. Cada persona pudo expresar lo que quiere sin ser interrumpido, y recabar opiniones de *influencers/evangelizadores digitales* y de otras personas. En general se verificó que hacen algo más que leer, también exponen y comentan.

Además, la red permite la distribución de contenidos audiovisuales/multimediales de alto impacto, combinando lo racional con lo emocional, amplificando la fuerza y alcance del mensaje. No se trata sólo de llegar, sino también de cómo llegar.

Se resume la metodología en el siguiente cuadro:



- a. **Preguntas en cuestionario de profundidad:** 2 versiones: 35 y 18 preguntas según la comunidad y sistema utilizado
- b. **Acciones y preguntas concretas de los Influencers/evangelizadores digitales en sus redes:** preguntas de profundización con múltiples comentarios y algunas con texto libre
- c. **Análisis de conversaciones:** de los *influencers/evangelizadores digitales* se tomaron posts, seleccionados por impacto, con temas nucleares para el Sínodo.

### 3. Análisis de la escucha

Combinando las tres fuentes citadas, emergieron **5 hallazgos transversales**, y **4 ejes** en los que se pidió una *renovación* de la Iglesia, con distinto peso cada uno:

#### a. Hallazgos transversales

**Sintonía con el Papa:** en su conjunto, un 67% de los habitantes católicos de los “espacios digitales” consultados quieren cambios como los que propone el Papa; 24% son neutros ante las propuestas del Papa, y 9% divergentes o abiertamente contrarios, en la línea de una vuelta decidida a la tradición preconiliar.

**Alejados de la Iglesia:** dentro de los distintos tipos de alejados, el principal problema son el 26% de creyentes que no practican, muchos de ellos porque se han visto juzgados y no acogidos por la Iglesia, 2,5 veces más numerosos que los agnósticos y ateos.

**Experiencia de Dios:** el 84% de las personas consultadas que siguen a *influencers* católicos en redes sociales expresa haber sentido un encuentro personal con Dios.

**Referencia eclesial:** Para 2/3 de las personas la relación con la Iglesia se establece a través de amigos creyentes.

**Interpretaciones en tensión:** los debates sobre el ejercicio de la sexualidad (separados/divorciados vueltos a casar, personas con atracción al mismo sexo, etc.), genera conflictos intensos entre católicos con distintas interpretaciones.

#### b. Ejes en que se solicita una *renovación* en la Iglesia

De las 150.000 propuestas del Pueblo de Dios, emergen cuatro ejes temáticos, expresados en forma de solicitud porque así lo manifestaron los participantes, y que se repitieron en distintas proporciones. Cada porcentaje expresa el grado de adhesión –porcentaje de personas que lo mencionaron- en cada uno de los ejes.

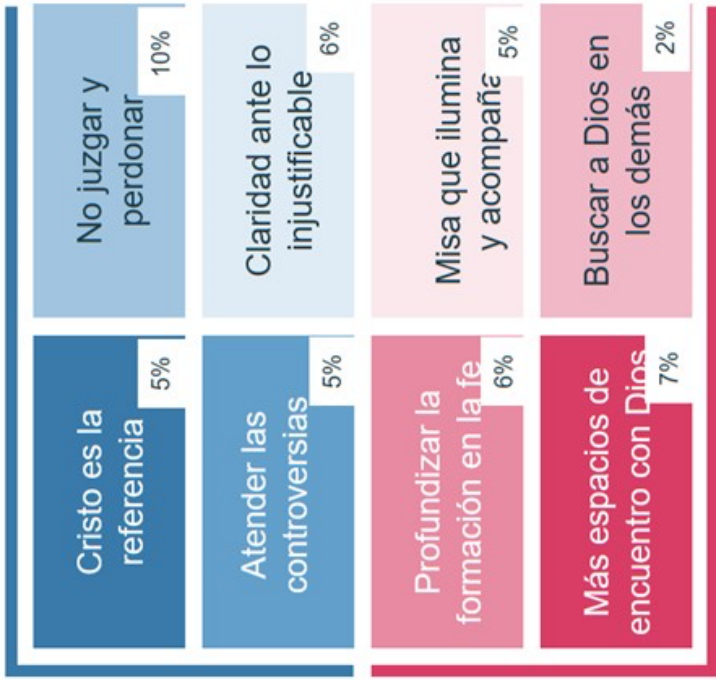
Este “mosaico” es elocuente y, dentro de él, están colocadas las expresiones del Pueblo de Dios con que comentaron o respondieron a la pregunta abierta sobre qué sugerirían a la Iglesia para estar más cerca de todos. Expresan, de modo conmovedor, por la sinceridad y profundidad, un anhelo de una Iglesia santa, acogedora, que transparente a Jesucristo, que no condene ni se guíe por las apariencias. Que sea nítida en ofrecer la novedad del Evangelio.

En el siguiente cuadro, seguido de la explicación de cada cuadrante, se representa y sintetiza cuanto fue recogido en las propuestas sobre una *renovación* de la Iglesia.





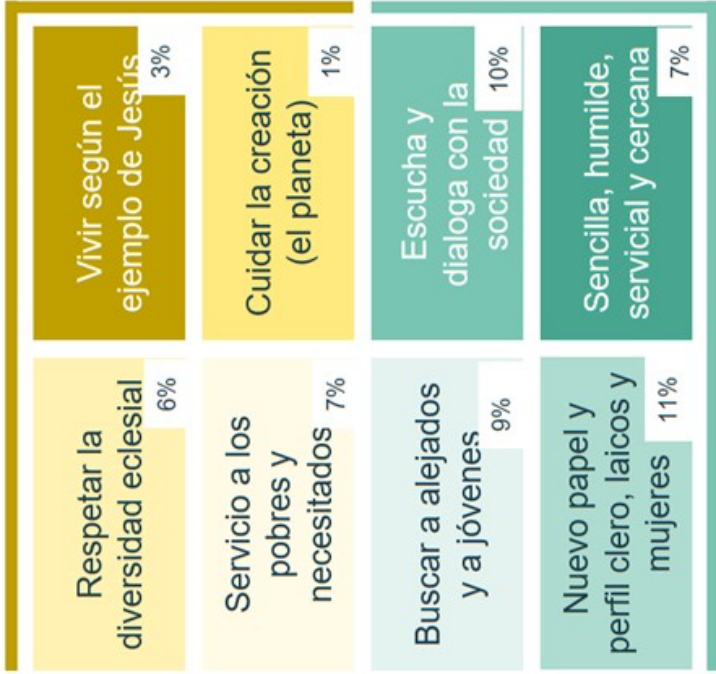
**1.** Orientar ante una realidad confusa y en cambio acelerado



**4.** Facilitar la relación personal con Dios



**2.** Cristianos -que son Iglesia- más auténticos en sus comportamientos con los otros



**3.** Iglesia ejemplar y valiente en sus estructuras, actitudes y modo de proceder



### **i. Orientar ante una realidad confusa y en cambio acelerado (26%)**

El Pueblo de Dios solicita orientación ante un cambio tan acelerado. Hay desconcierto en muchas personas. Pero señalan a Cristo como modelo y como fundamento de la Iglesia, por encima de todo. La figura del Papa como referencia.

Se repite constantemente la petición de no juzgar, en particular a las personas en situaciones de pareja irregulares, o por su orientación sexual, defendiendo la dignidad de toda persona, como lo hacía Jesús. Solicitan atender a las controversias importantes en la sociedad, con capacidad de diálogo y aportando la verdad de Cristo.

Piden hablar y actuar con claridad ante lo que aparece como injustificable, como son la pedofilia, los abusos sexuales, desprecio de las mujeres, corrupción, etc.

### **ii. Cristianos más auténticos en sus comportamientos con los otros (17%)**

La petición de coherencia es también importante. Se expresa el valor del testimonio, del servicio a los pobres y necesitados, punto esencial de los seguidores de Cristo. La *solidaridad* fue la característica más señalada por todos los participantes, como distintivo de la Iglesia. También se pide respeto a la diversidad eclesial, pues hay distintos modos de seguir a Jesús, sin acritud, ni intentando imponer el propio estilo. Esto supone vivir según la enseñanza de Jesús. El cuidado del planeta es una referencia hecha por los más jóvenes entre los participantes.

### **iii. Iglesia coherente y valiente en sus estructuras, actitudes y modo de proceder (37%)**

Se desea un nuevo perfil y actitud de los sacerdotes y obispos, más cercanos y abiertos a la participación, y que reforzaría además la misión de los laicos, y sobre todo de las mujeres dentro de la Iglesia.

Se pide una escucha y diálogo con la sociedad sin prejuicios y saliendo a encontrarse con los distintos grupos.

Se pide buscar a los jóvenes y alejados, con los medios adecuados para ellos, muy especialmente los medios digitales.

Se necesita una Iglesia cercana, sencilla, humilde, no sometida a los poderes de este mundo.

### **iv. Facilitar la relación personal y comunitaria con Dios (20%)**

Se da alto valor a los momentos de espiritualidad y los espacios para encontrarse con Dios, que se requiere multiplicar.

Se sienten menos formados que otras Iglesias. Hay urgencia de una formación en la fe, también aprovechando lo digital e integrando a los *influencers/evangelizadores digitales* como un canal formativo de valor y futuro.

Se piden Misas que iluminen y acompañen la vida. Los participantes de la consulta van a Misa regularmente como opción personal, no como obligación, pero muchos de ellos encuentran las Misas aburridas.

Se desea aprender a encontrar a Dios en los demás y aspiran a que sea más verdadero y amplio ese encuentro.

#### 4. Reflexión sobre “la escucha”

En el proceso de salida y en actitud de escucha al mundo digital, se recogieron las voces de tantos hombres y mujeres que “habitan” este entorno. La escucha dio paso al diálogo y el diálogo condujo hacia un *discernimiento* comunitario y pastoral.

En el proceso sinodal de “La Iglesia te escucha” se detectó en los participantes un deseo de Dios y de comunión que busca por encontrar las palabras, los lugares, las situaciones para decir, dar, pedir y ofrecer. Esto cuestiona y sorprende positivamente. Sobre todo, el hecho de que la mayoría afirme que las preguntas sobre Dios llegan al corazón *a través de la amistad*.

Se detecta un fenómeno a señalar: *¿Por qué cientos de jóvenes de mediana edad, distantes, responden a preguntas sobre esa Iglesia y a esa Iglesia que ya ni siquiera consideran?* Emerge de la consulta que es *por amistad con los que proponen*, por estima a los que piden, por empatía con el Papa Francisco, pero también por nostalgia, de *Dios*, de una *comunidad* a la que pertenecer, de un *sentido de la vida* que desaparece en la metamorfosis social y digital.

Muchas respuestas, con interés y pasión, cuestionan profundamente, también hay mucha crítica y sufrimiento. Las experiencias individuales permiten vislumbrar un sentimiento generalizado que tiende a ser negativo. Se percibe que las experiencias personales suelen estar influenciadas por un sentido común que es duro frente a la Iglesia.

Lo digital fomenta la autoexpresión y ha acercado a los “lejanos”, que se han sentido protegidos por el anonimato, no limitados, más libres para decir; pero también a los “cercaños” les ha impulsado a atreverse. *La web permitió llegar a los pliegues de tantas vidas del Pueblo de Dios que muestran sentirse perdidos*.

Lo digital, como cultura, como lugar de encuentro, como medio de diálogo, como forma de educar e informar, *ha demostrado ser valioso durante este proceso de escucha y consulta*. No hay duda de que es sólo una parte del todo, pero importante *en y para* la evangelización.

##### **a. La fe del Pueblo de Dios en el mundo digital**

Como se señaló anteriormente la *mayoría* de las personas consultadas han vivido una experiencia de encuentro personal con Dios. Pero, al respecto, hay un dato importante que ha llamado la atención, algunos de aquellos que se definen como “*no creyentes*”, aun siendo una minoría, manifiestan haber tenido esta experiencia de Dios. Sólo una mínima proporción manifiestan no haber tenido esta experiencia.

Se manifiesta un alto nivel de afirmación en la creencia de los fundamentos de la fe católica, mientras que, en forma minoritaria, prevalece la duda, es decir “*creo, pero no por completo*”. Esta actitud sobresale con mayor fuerza entre los más jóvenes (Millennials).

Jesucristo como fundamento e inspiración que orienta la vida de cada cristiano se ve reflejado fundamentalmente en ser *más solidario* y en la determinación para *afrontar los problemas e injusticias de la vida*. Esto se observa con mayor fuerza en los de mayor edad (Baby Boomers) y en las mujeres. También, y casi al mismo nivel de alta adhesión, manifiestan que el Mensaje de Jesucristo inspira *sus decisiones y en la postura general frente a la vida*.

##### **b. Participación en la Iglesia Católica**

Dos tercios de los participantes se reparten entre media y baja participación. Esto significa que esta consulta ha logrado alcanzar personas que no asisten habitualmente a actividades de la Iglesia. El otro tercio de los consultados afirma que su participación en la Iglesia es *alta o muy alta*.

En la modalidad de participación prevalece la *presencial*, aunque tiene una importante penetración la modalidad *digital*, y siendo la frecuente la participación mixta. Entre las formas de participación se destacan: asistencia regular o esporádica a Misa, participación en los sacramentos y oración; participación en actividades, grupos, movimientos, congregaciones, retiros, voluntariado,

etc. Muchos se sienten parte de la Iglesia sin participar en ninguna actividad y otros que participan en las mencionadas, frecuentan redes sociales y/o en los sitios web afines a la Iglesia.

El análisis de los datos pone los interrogantes: ¿Qué hacen personas no activas en la Iglesia, alejadas o sin fe siguiendo a *influencers-evangelizadores* en redes sociales? ¿Será que encuentran espacios y tiempos donde pueden expresarse, interlocutores para resolver dudas?, ¿Buscan confirmar intuiciones, para acercarse a un Dios que pueden desear de modo impreciso? Son los datos, los que empujan al cuestionamiento.

Se debían elegir 3 entre 8 atributos de la Iglesia, de los cuales 4 son positivos (*solidaria, participativa, cercana e innovadora*) y 4 son negativos (*antigua, distante, egoísta y autoritaria*). Mayoritarias menciones son las *positivas*, cuanto menor es el nivel de instrucción formal mayor es la fuerza de las menciones positivas. En términos específicos se destaca - a distancia del resto- la cualidad de *solidaria*, siguiéndole en importancia dos: *participativa y cercana*. El conjunto de menciones negativas (*antigua, distante, egoísta y autoritaria*) alcanza a la mitad de los consultados, destacándose los jóvenes y no creyentes. Se observa la siguiente correlación: a mayor a nivel de estudios, mayores son las menciones negativas.

### **c. Escuchar / dialogar**

Sólo una cuarta parte de la población reconoce que la Iglesia “*escucha/dialoga*” mucho con los diversos grupos sociales. “*Algo*”, junto con “*poco*”, son los valores más altos en términos de porcentaje, siendo minoritarios los que expresan que *no escucha/dialoga*.

Similares parámetros se obtuvieron cuando se indaga en sí “*se sienten escuchados por las personas de la Iglesia con que se relacionan*”. Entre los que optaron por afirmar que “*escucha/dialoga mucho*”, sobresalen las mujeres. Esta afirmación va adquiriendo mayor fuerza a mayor edad.

Es de señalar, el dato que entre los *no creyentes* un porcentaje alto afirma que la Iglesia “*escucha y dialoga mucho*” con sus fieles. El “*no me relaciono con ninguna persona de la Iglesia*”, si bien son una minoría, está representado este grupo por los más jóvenes.

Las acciones sugeridas a la Iglesia para que *escuche/dialogue* más, son:

- *Concientizar más dentro de la Iglesia sobre la importancia de escuchar*
- *Que sacerdotes y religiosos dediquen más tiempo a escuchar*
- Una cuarta parte de la población sugiere *dedicar más canales (redes, etc.) y personas a escuchar*

El análisis del hecho concreto de “*haber sido consultados por algún representante de la Iglesia en el último año*”, poco más de la mitad, asegura que no fue consultado por nadie de la Iglesia. Nuevamente se destacan mayoritariamente los más jóvenes. Los de mayor edad afirman que sí fueron consultados, mientras que los de mediana edad (generación X) se dividen en partes iguales entre los que sí y los que no.

Los motivos que más dificultan la comunicación con la Iglesia son variados y seguramente responden a la heterogeneidad propia de la población. Es importante señalar que sólo 1/3 de los consultados afirma que no tiene ninguna dificultad para comunicación con la Iglesia.

### **d. Modo de caminar juntos**

Se presentaron en las consultas 13 sugerencias para que eligieran 3, que aquí se muestran en forma agrupada según grados de importancia:

- *Fomentar la espiritualidad: silencio, contemplación*
- *Acompañar-Asistir-Atender: a parejas, familias, personas separadas/divorciadas, en su vida y sexualidad; pobres, migrantes, grupos LGTB, etnias originales, presos, etc.*
- *Renovarse-salir-participar: actualizar su forma de educar a todos los niveles. Impulsar el voluntariado y actividades con jóvenes. Promover la igualdad de las mujeres en sociedad e Iglesia, participar más del mundo digital. Puntos de encuentro con periodistas y científicos.*

## PARTE III: CONCLUSIONES

### *Una PASTORAL DIGITAL: camino de comunión, participación y misión en el entorno digital*

En el proceso de escucha y discernimiento, la necesidad de ser acompañados, se recogió de forma transversal y fue manifestada de diversas maneras en todos los actores, tanto en los misioneros digitales como en sus comunidades.

Para responder a esta necesidad la propuesta es que la Iglesia tenga una **PASTORAL DIGITAL** de manera orgánica, sistemática e institucional.

Esto supone impulsar y desarrollar en la Iglesia esta pastoral de forma reconocida e institucional para animar, acompañar y coordinar la vida ya existente de múltiples acciones evangelizadoras en el “*espacio digital*”.

Entendemos que, como toda pastoral, requiere el desarrollo de una reflexión teológica y el marco jurídico del Derecho Canónico.

#### ¿Cómo hacerlo?

##### **a. Comunión**

- Promover la Comunión con el Papa y con las Iglesias Locales para que se manifieste siempre la Comunión Eclesial
- Acrecentar el vínculo entre los *evangelizadores digitales* promoviendo la red/comunión para que sean reconocidos, acompañados, ayudados, formados y sostenidos
- Tender puentes de comunión y colaboración entre *el entorno digital y la pastoral ordinaria* de la Iglesia (espacios presenciales) al servicio de las personas, promoviendo el mutuo conocimiento y valoración

##### **b. Participación**

- Promover la acción carismática que ejercen los *influencers/evangelizadores digitales* en la evangelización, en una comunicación bidireccional, para generar auténtico diálogo
- Generar espacios de participación donde las realidades presenciales y digitales puedan entrar en sinergia para una más fecunda evangelización la cultura contemporánea

##### **c. Misión**

- Convocar y enviar a los Influencers/evangelizadores, como se hace con los catequistas, para que sean y se sientan parte del Cuerpo y de la Misión de la Iglesia
- Generar y desarrollar, en el ámbito digital (aprovechando los nuevos formatos y lenguajes multimediales e interactivos), una misión amplia, plural y capilar para llegar a las “periferias existenciales” necesitadas del Buen Samaritano.



### ***A modo de reflexión final:***

La *escucha digital* muestra las necesidades pastorales de este nuevo entorno humano y de fe, propio de nuestra cultura, que es digital y técnica pero que se refleja, impacta y configura toda la cultura contemporánea.

La misión en los espacios digitales ha nacido, desde los inicios mismos de esta nueva cultura, de modo natural y espontáneo, del ardor misionero de los *evangelizadores-influencers* que, encontrando nuevos ambientes de evangelización, con coraje y creatividad, han puesto sus carismas para llevar al Señor en estos nuevos horizontes, por aquello de los Apóstoles, que vive todo el Pueblo de Dios: *“Nosotros no podemos callar lo que hemos visto y oído”* (Hch 4, 20).

Ellos han iniciado, como en todo camino misionero y evangelizador, un proceso de escucha y contemplación de la realidad de las personas que, también espontáneamente, los han comenzado a seguir, reconociendo en ellos, aún sin institucionalización, la voz del Pastor que ha alimentado su fe y los ha ayudado en la vida. Ellos van respondiendo a las necesidades de las personas en las redes sociales, en todas las modalidades y canales que ofrece la cultura digital, colaborando de innumerables maneras con la vida y la fe de las personas.

La misión en los espacios digitales, lejos de oponerse a la participación y asiduidad presencial, las ha fomentado y, en muchos casos, las ha posibilitado. En la labor de los “misioneros digitales” se verifica que hay quienes piden el bautismo, como asimismo quienes perseveran y profundizan en su vida espiritual y apostólica, viviendo como Iglesia con la ayuda de estos espacios. Porque la misión no se opone, como alternativa a la vida de la Iglesia, sino que es parte de su vida, en la dinámica de “ir” donde se encuentran las personas, para acercarlas al Señor, en los tiempos de Dios y de cada uno, tiempos que son respetados y asumidos. La “misión digital” se inscribe así en el flujo de *“la Iglesia en salida”* para llegar *“a las periferias existenciales”*, no para quedarse allí, sino para acercarlas a la *Ternura y Misericordia de Jesús*.

### ***Lo que ha dejado la misión de escucha en los Ambientes Digitales:***

1- ***Escuchar***: Se ha hecho la experiencia de *escuchar*, en el modo digital (sincrónica y asincrónica), a los *influencers/evangelizadores digitales* y a sus seguidores. También se pudo vislumbrar un futuro donde la escucha debe ser cada vez más habitual y profunda en el marco de una eclesialidad que crece y se afianza en este espacio digital.

2- ***Discernir***: Esta escucha dio paso al diálogo que condujo al *discernimiento*. El discernir comunitario y pastoral se relaciona con la búsqueda de lo que agrada a Dios más que con una opinión mayoritaria. Es la acción propia del Espíritu. Haber salido hacia las periferias existenciales en los espacios digitales hizo encontrar a personas en búsqueda y a otras que están heridas.

3- ***Salir/misionar***: En el mundo digital hay caminos a una pastoral, que quiere ir hacia todos y llegar a todos. Esta realidad subsiste en el Pueblo de Dios incluso previo a las formas institucionales y se verifica en la vocación y urgencia por llegar a los últimos, a los que buscan, a los necesitados de la Ternura de Dios, a los olvidados que Dios no olvida.

4- ***Samaritanear***<sup>ix</sup>: La Iglesia acompaña a la humanidad, para servir a los hombres y mujeres que descubre heridos al costado del camino en el Continente Digital, para mostrarles y ofrecerles a Jesús, el rostro Misericordioso del Padre. Esta comunidad de *influencers/evangelizadores digitales* y seguidores se experimentó en esta fase como Iglesia Samaritana.



***“Hoy, como en los inicios,  
necesitamos salir al encuentro de cada persona,  
más aún, es nuestra misión hacerlo,  
especialmente de las personas más alejadas y de las que sufren.***

***¡Debemos llegar  
a las periferias existenciales de nuestro mundo!***

***Ustedes conocen a sus coetáneos,  
saben que muchos están solos,  
que muchos no conocen a Jesús.***

***Vayan, vayan y lleven al Señor,  
vayan y llenen sus ambientes,  
incluso los digitales...***

***...para testimoniar  
la Ternura y la Misericordia de Jesús”<sup>x</sup>***

---

<sup>i</sup> Mensaje de Su Santidad Benedicto XVI Para La XIII Jornada Mundial De Las Comunicaciones Sociales, Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad, 24 de mayo de 2009.

<sup>ii</sup> Evangelii Gaudium, 24.

<sup>iii</sup> RIIAL: Red Informática de la Iglesia en América Latina ( [www.riial.org](http://www.riial.org) )

<sup>iv</sup> Asociación iMisión | Evangelizando el Continente Digital, <https://imision.org>

<sup>v</sup> Mensaje de Su Santidad Benedicto XVI Para La XIII Jornada Mundial De Las Comunicaciones Sociales, Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad, 24 de mayo de 2009.

<sup>vi</sup> Cifra que se obtiene sumando los followers que cada influencer/evangelizador digital tiene, tomando en consideración la red en la que tiene más seguidores, para comprender su alcance potencial.

<sup>vii</sup> Evangelii Gaudium, cap.2.

<sup>viii</sup> Según el Treccani, influenciador es: Persona de éxito, popular en las redes sociales y ampliamente seguida por los medios de comunicación, capaz de influir en el comportamiento de un público concreto. Hemos optado por utilizar este término por su valor transcultural y, por tanto, es un término puente adecuado para el método sinodal. "Evangelizador digital" completa el significado dentro del horizonte de su misión, tanto en términos de contenido cuanto a la modalidad y la finalidad.

<sup>ix</sup> Cfr. Lc. 10, 33 – 35

<sup>x</sup> Videomessaggio del Santo Padre Francesco ai giovani che partecipano all'Incontro organizzato dal National Catholic Youth Conference (NCYC) ad Indianapolis (21-23 novembre 2019), 22.11.2019