

**DISEÑO DE UN MODELO DE CIBEREVANGELIZACIÓN PARA EL  
ACOMPañAMIENTO PASTORAL DE REDES SOCIALES VIRTUALES.  
FACEBOOK.**

**FABIÁN ALEXÁNDER SALAZAR GUERRERO**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE TEOLOGÍA, FILOSOFÍA Y HUMANIDADES  
DOCTORADO EN TEOLOGÍA  
DOCTORADO CANÓNICO EN TEOLOGÍA**

**2019**

**DISEÑO DE UN MODELO DE CIBEREVANGELIZACIÓN PARA EL  
ACOMPañAMIENTO PASTORAL DE REDES SOCIALES VIRTUALES  
FACEBOOK.**

**FABIÁN ALEXÁNDER SALAZAR GUERRERO**

**Trabajo de grado para optar por los títulos de Doctorado en Teología y  
Doctorado Canónico en Teología.**

**Director.**

**Doctor GUILLERMO ZULETA SALAS Pbro.**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**ESCUELA DE TEOLOGÍA, FILOSOFÍA Y HUMANIDADES**

**DOCTORADO EN TEOLOGÍA**

**DOCTORADO CANÓNICO EN TEOLOGÍA**

**MEDELLÍN**

**2019**

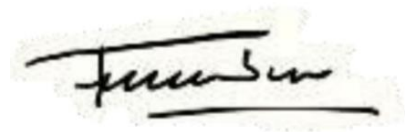
**DECLARACIÓN.**

05 de febrero de 2019.

Yo, Fabián Aléxander Salazar Guerrero

Declaro que esta tesis grado no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad” Art 82 Régimen Discente de Formación Avanzada.

Firma

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fabián Salazar', is written over a light-colored rectangular stamp or watermark.

## AGRADECIMIENTOS

*El trabajar por el título de doctorado en Teología más que un reconocimiento persona, es en realidad el resultado de un esfuerzo comunitario de tantos hombres y mujeres que creyeron que era posible. Gracias a todas y todos aquellos que a largo de estos años han sido para mí soporte, consuelo, amor e inspiración para continuar el camino.*

*Debo reservar un especial agradecimiento a la Universidad Pontificia Bolivariana y al Presbítero Doctor Guillermo Zuleta Salas por acompañarme en esta travesía teológica por los mares de la Ciberevangelización, en el fascinante y a la vez desafiante continente digital.*

## **DEDICATORIA**

Esta dedicatoria es una súplica a Dios que es Comunidad, Comunicación y Comunión para que cada día, me permita ser más fiel como teólogo y leer con claridad y sabiduría personal y comunitaria los signos de los tiempos con el fin aportar luces de acción para las nuevas generaciones de misioneros en el mundo digital.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>0.</b>	<b>INTRODUCCIÓN GENERAL .....</b>	<b>6</b>
<b>1.</b>	<b>CAPÍTULO 1. CULTURA DIGITAL Y REDES SOCIALES .....</b>	<b>11</b>
1.1.	CARACTERISTICAS DE LA CIBERCULTURA.....	11
1.2.	ADAPTABILIDAD AL MUNDO DIGITAL.....	16
1.3.	LOS RIESGOS PRESENTES EN LA CULTURA DIGITAL .....	22
1.4.	PELIGROS EN EL CAMPO DE LA SEXUALIDAD .....	32
1.5.	LAS REDES SOCIALES VIRTUALES.....	38
1.6.	CARACTERISTICAS DE FACEBOOK.....	49
1.7.	APORTES DESDE EL MARKETING DIGITAL AL USO DE LAS REDES... ..	63
<b>2.</b>	<b>CAPÍTULO DOS. EVANGELIZACIÓN DE LA CIBERCULTURA (CIBEREVANGELIZACIÓN).....</b>	<b>76</b>
2.1.	LA CIBERTEOLOGIA Y SUS APORTES INICIALES.....	76
2.2.	CIBERVANGELIZAR DANDO RESPUESTA AL MUNDO ACTUAL.....	87
2.3.	CIBEREVANGELIZAR UN MUNDO POSTMODERNO Y GLOBALIZADO .....	104
2.4.	CIBEREVANGELIZAR UN MUNDO EN RED .....	114
2.5.	CIBEREVANGELIZAR EN CLAVE DE MISIÓN .....	119
2.6.	CIBEREVANGELIZAR CON UN MODELO CIRCULAR DE COMUNICACIÓN.....	130
2.7.	EL CIBEREVANGELIZADOR Y SUS CARACTERÍSTICAS... ..	139
2.8.	CIBEREVANGELIZAR DESDE LA TERNURA Y LA ACOGIDA AL PRÓJIMO DIGITAL .....	152
<b>3.</b>	<b>CAPÍTULO TRES. MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>162</b>
3.1	CAMINO METODOLÓGICO .....	162
3.2.	PASOS REALIZADOS PARA LA INVESTIGACIÓN.....	165
3.3.	CUADRO DE CATEGORÍAS E INDICADORES .....	168
3.4.	RESULTADOS Y CONCLUSIONES DELAS OBSERVACIONES.....	172
3.4.1.	ACERCA DE LA INTEREACCIÓN EN FACEBOOK .....	172
3.4.2.	ACERCA DE LA EXPERIENCIA RELIGIOSA.....	179
<b>4.</b>	<b>CAPÍTULO CUATRO. MODELO DE CIBEREVANGELIZACIÓN DE REDES SOCIALES .....</b>	<b>192</b>
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES GENERALES .....</b>	<b>215</b>

<b>BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA.....</b>	<b>231</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>260</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo doctoral titulado “Diseño de un modelo de ciberevangelización para el acompañamiento pastoral de redes sociales digitales (Facebook)” es una investigación teológica que indaga líneas de acción para el aprovechamiento de la cibercultura como un espacio desafiante de formación de comunidades virtuales de fe para la vivencia discipular de los valores del Evangelio en las redes.

Es un trabajo que hace parte de las búsquedas emprendidas en el campo de la ciberteología a nivel mundial, conscientes, que todavía la reflexión sobre ciberevangelización y en particular su aplicación a redes sociales virtuales se encuentra aún en su etapa exploratoria, ya que es un fenómeno cultural reciente que expone nuevas preguntas antropológicas, morales y eclesiales al ser y al quehacer de la Teología acerca de la utilización de los medios sociales de comunicación emergentes.

La investigación en esta nueva frontera del mundo digital reconoce que las redes sociales y los cambios en las formas y los estilos de la comunicación suponen todo un reto para “quienes desean hablar de verdad y valores”<sup>1</sup>, con el propósito de afrontar *“la gran aventura de la utilización de su potencial para proclamar el mensaje*

---

<sup>1</sup> BENEDICTO XVI, "Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización" (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 47 Jornada Mundial de la Comunicaciones Sociales, enero de 2013). [https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20130124\\_47th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html)



*evangélico. Este desafío está en el centro de lo que significa, al inicio del milenio, seguir el mandato del Señor, de avanzar: Duc in Altum (Lc 5,4)”<sup>2</sup>*

En palabras de Benedicto XVI<sup>3</sup>:

El ambiente digital no es un mundo paralelo o puramente virtual, sino que forma parte de la realidad cotidiana de muchos, especialmente de los más jóvenes. Las redes sociales son el fruto de la interacción humana, pero, a su vez, dan nueva forma a las dinámicas de la comunicación que crea relaciones; por tanto, una comprensión atenta de este ambiente es el prerrequisito para una presencia significativa dentro del mismo.

Cuando sentimos la necesidad de acercarnos a otras personas, cuando deseamos conocerlas mejor y darnos a conocer, estamos respondiendo a la llamada divina, una llamada que está grabada en nuestra naturaleza de seres creados a imagen y semejanza de Dios, el Dios de la comunicación y de la comunión

Entrar en el espacio digital y en sus redes, entre los que se destaca Facebook, significa más que una simple revolución técnica; es ante todo un cambio de paradigma, que ocasiona una transformación en la manera humana de comunicarse que afecta todas las dimensiones de la vida. Realidades a las cuales la Teología también puede aportar a entender, desde su comprensión integral y positiva del ser humano como imagen de un Dios en permanente comunicación.

---

<sup>2</sup> JUAN PABLO II, Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio” (Mensaje para la 36 Jornada de las Comunicaciones Sociales, mayo de 2002).

<sup>3</sup>BENEDICTO XVI, "Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad” (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 43 Jornada Mundial de la Comunicaciones Sociales, mayo de 2009).

El horizonte final de una evangelización en las redes tiene también llamados escatológicos en el deseo de constituir una nueva civilización del amor donde “el proyecto cristiano consiste en ser la sal de esta civilización de la información y la comunicación, lo cual no significa ser superior a los demás sino estar dos veces “in” en el mundo y en el amor de Dios”<sup>4</sup>.

Para presentar un modelo exploratorio de Ciberevangelización, que permitirá la optimización de un acompañamiento pastoral en comunidades virtuales y en, particularmente, su aplicación a Facebook. Se recorrerán los siguientes capítulos:

*Capítulo uno:* en este capítulo se describen las dinámicas del mundo de la cibercultura, sus posibilidades y riesgos, las características de las redes sociales virtuales y en especial Facebook, con el fin de comprender la dinámica del continente digital.

*Capítulo dos:* a partir de los llamados magisteriales y teológicos se describe cuales son invitaciones a evangelizar el mundo digital; de igual forma se muestran las características de una ciberevangelización aplicada al mundo de las redes sociales (Facebook).

---

<sup>4</sup> Pierre Babin, *La era de la comunicación, Para un nuevo modo de evangelizer* (Santander: Editorial Sal Terrae, 1992), 49.

*Capítulo tres:* se presenta la síntesis de las observaciones en la red social Facebook y las conclusiones descriptivas de los principales fenómenos encontrados en la interacción con usuarios reales a partir de categoría e indicadores.

*Capítulo cuatro:* desarrolla un modelo de propuesta académica en sus componentes de Ciberevangelización para el acompañamiento de redes sociales virtuales (Facebook).

Al final se encuentra un capítulo de conclusiones generales con las principales reflexiones frutos del proceso investigativo. Los anexos y en particular el del resumen de observación describe los principales hallazgos y descubrimiento de la interacción en la red.

El trabajo se encuentra estructurado bajo las normas de citación Chicago.

# **CAPÍTULO UNO.**

## **CULTURA DIGITAL Y REDES SOCIALES.**

### **1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA CIBERCULTURA.**

En la sociedad actual, los individuos están tan inmersos en el mundo de la tecnología que la han constituido en un espacio vital de interacción, tal punto de constituir una tecnósfera<sup>5</sup>, es decir, en un medio ambiente tecnológico, donde se expresa una nueva cultura que ha cambiado la forma de relacionarse, de comprender el tiempo y el espacio, de comunicar, de aprender, de producir, de hacer negocios, de entretenerse, de trabajar, de expresar la espiritualidad y hasta de amar, creándose así una nueva cultura, la cibercultura. Moya y Vázquez la definen como:

Una colección de culturas y productos culturales que existen en y/o se hacen realizables a través de internet, junto con relatos sobre estas culturas y productos culturales. El rasgo característico, intrínseco y propio de la cibercultura sería la tecnología. Este atributo diferencial haría de la cibercultura un conjunto que la distingue de otros grupos culturales. En este sentido, la cibercultura se produce por medio de los dispositivos técnicos e implicaría "una serie de prácticas sociales significativas" en torno a las tecnologías digitales, especialmente, Internet. En esta idea se incorporan las

---

<sup>5</sup> "Tecnósfera o tecnosfera, un neologismo todavía no incorporado en el Diccionario de la Lengua Española, designa el ambiente artificial creado mediante las tecnologías por un grupo humano para el desarrollo de sus actividades y la satisfacción de sus necesidades básicas y deseos, ambiente que modifica a su vez la cultura de ese grupo, el mundo silvestre. El término parece haber sido creado por el geólogo ruso Vladímir Vernadsky por similitud o contraposición al de biósfera" Enciclopedia de Ciencias y Tecnologías en Argentina. "Tecnosfera".Acceso el 12 mayo de 2016. <http://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Tecn%C3%B3sfera>.

percepciones acerca de las nuevas formas de sentir, de identificarse, de pensar el mundo.<sup>6</sup>

La cibercultura es el resultado de esfuerzos de anteriores generaciones, particularmente por el deseo de aumentar la velocidad, la conectividad, la interrelación, y motivadas por intereses económicos, de información, de contacto, de productividad mayor, de consumo y hasta de guerra, que han ocasionado no sólo una época de cambios sino un cambio de época, donde la cibercultura (que antes era impensable alcanzar sin los computadores personales, el surgimiento de internet y la masificación de los dispositivos móviles), ha creado una nueva revolución; Aguilar, en sus palabras, lo describe de la siguiente manera:

Estamos frente a una total revolución sin precedentes en la historia por su influencia global, ya que “la revolución informática”, no sólo ha comenzado, sino que ha comenzado a aplastarnos, a inundarnos. Se está superando nuestra capacidad de sorpresa, anticuándose nuestras leyes, transformando nuestras costumbres y tradiciones, remodelando nuestra economía, reordenando nuestras prioridades, redefiniendo nuestros lugares de trabajo, invadiendo nuestra privacidad, desplazando nuestro concepto de la realidad e induciéndonos a pasar largos períodos delante de las pantallas de computadores, mientras las nuevas unidades multimedia nos muestran videoclips o nos deleitan con música de Mozart.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Marian Moya y Jimena Vázquez, “De la Cultura a la Cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad”, *Cuadernos de Antropología*, No 31 (Enero – julio, 2010). Aceso 14 julio de 2016).[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1850-275X2010000100004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-275X2010000100004)

<sup>7</sup> Luis Aguilar, *Cibersociedad, los retos sociales ante un nuevo mundo digital* (España: MacGraw-Hill Interamericana, 1997), 3.

Lo particular del ambiente cibercultural es que humanidad no sólo utiliza herramientas nuevas, sino que ha hecho un cambio cualitativo, como lo afirma Alain Touraine<sup>8</sup>:

Tenemos que inventar nuestra sociedad. Hay ruptura, hay un cambio cualitativo y por eso no se pasa de un nivel a otro sino de un paradigma a otro. Hay una transformación de los niveles de historicidad, la capacidad de las sociedades de transformarse a sí mismas. Las sociedades pobres actúan esencialmente en el nivel del consumo, y después se formó sociedades de clase, de sistema de distribución de los recursos y el poder político (eso es la sociedad industrial, y ahora en nuestro paradigma postindustrial lo que es lo más importante es la producción de la producción es decir la tecnología, las metas, el concepto del desarrollo).

La cibercultura ha entrado a todos los espacios de los seres humanos en una forma contradictoria. Por una parte, ha facilitado varios procesos de la vida cotidiana, pero a la vez ha hipotecado la tranquilidad de cada individuo; ha acortado el tiempo para diversas actividades y el descanso, incluso ocasionado aislamiento; han surgido nuevas enfermedades físicas y mentales, además parece aumentar la sensación de miedo y dependencia. En otro extremo, se incrementan las posibilidades de acceso a la comunicación, a la interacción entre las personas, a la integración en una aldea global, el avance de la ciencia, la medicina y la academia, pero a la vez se agrava el individualismo, la soledad, las rupturas de las relaciones, la criminalidad y la manipulación.

Uno de los aspectos que parece que se ha afectado con el uso de la tecnología, son las relaciones humanas, con la paradoja de tener más posibilidades

---

<sup>8</sup> Alain Touraine, "Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy", *Catedra Alfonso Reyes, Universidad Tecnológica de Monterrey*, Acceso 20 noviembre de 2014. [www.youtube.com/watch?v=HcKCttbUHIY](http://www.youtube.com/watch?v=HcKCttbUHIY)

de comunicación, al tiempo que se aumenta la soledad y el aislamiento. Las personas se cierran sobre sí mismas en una cultura que privilegia la individualidad y el ruido, como lo señala Vide<sup>9</sup>:

A lo largo de la historia ninguna generación anterior había vivido, ya desde el seno materno, envuelta en un ambiente sonoro tan intenso y estimulador. La gente hoy es incapaz de vivir sin estimulación sonora. Necesita todo el día los cascos, los auriculares, como fondo sonoro para cualquier actividad

Se han creado nuevas posibilidades que parecían hasta hace poco sólo asunto de ciencias ficción, entre ellas la dependencia a las prótesis tecnológicas, cada vez más integradas dentro del cuerpo humano, que pueden llegar en un futuro no muy lejano a la creación de cybor mezcla de partes anatómicas humanas y componentes robóticos. Respecto a las prótesis tecnológicas, Escobar<sup>10</sup> las describe en siguientes términos:

Extensiones Tecnológicas, llamadas también prótesis tecnológicas. Hablar de ellas sería hacer un recuento historial de la humanidad misma. El hombre siempre ha buscado su superación y supervivencia dentro de las épocas en las que ha coexistido, inicia con el fuego, el cual con el tiempo es utilizado de formas diversas para lo que fue creado, se dan múltiples extensiones a la vida del ser humano y unánime avanza su tecnología, a la par sus extensiones, entendiéndose como éstas, las múltiples opciones que tiene para realizar actividades más allá de sus limitantes corporales.

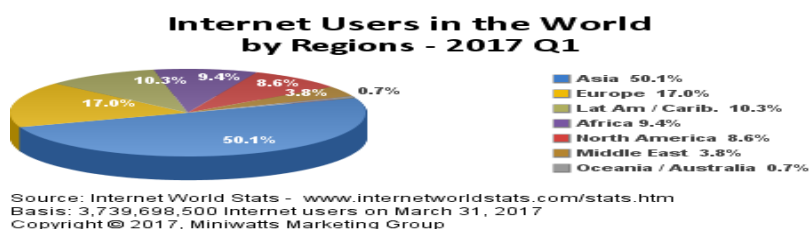
Dentro de ese universo de la cibercultura, Internet tiene un papel muy importante para su desarrollo y expansión. Existe un cambio en Internet que no se

---

<sup>9</sup> Vicente Vide, *Comunicar la fe en la ciudad secular, Teología de la comunicación* (Santander: Sal Terrae, 2013).85.

<sup>10</sup> Verónica Escobar, "Prótesis tecnológicas", acceso 11 de noviembre 2016, <http://extencionestecnologicas.blogspot.com.co/>

había logrado visualizar antes y es el cambio de una red fija, unidireccional, de expertos y proveedora de contenidos la Web 1.0, a una red activa creciente, renovada, constantemente actualizada y creada por los usuarios en modelo participativo, denominada Web 2.0 y que prepara el surgimiento de la Web 3.0<sup>11</sup>. Para visualizar el impacto de internet en el mundo actual se aportan las siguientes cifras estadísticas<sup>12</sup>:



WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS MARCH 31, 2017 – Update						
World Regions	Population (2017 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Mar 2017	Penetration Rate (% Pop.)	Growth 2000-2017	Internet Users %
Africa	1,246,504,865	16.6 %	353,121,578	28.3 %	7,722.1%	9.4 %
Asia	4,148,177,672	55.2 %	1,874,136,654	45.2 %	1,539.6%	50.1 %
Europe	822,710,362	10.9 %	636,971,824	77.4 %	506.1%	17.0 %
Latin America / Caribbean	647,604,645	8.6 %	385,919,382	59.6 %	2,035.8%	10.3 %
Middle East	250,327,574	3.3 %	141,931,765	56.7 %	4,220.9%	3.8 %
North America	363,224,006	4.8 %	320,068,243	88.1 %	196.1%	8.6 %
Oceania / Australia	40,479,846	0.5 %	27,549,054	68.1 %	261.5%	0.7 %
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>7,519,028,970</b>	<b>100.0 %</b>	<b>3,739,698,500</b>	<b>49.7 %</b>	<b>936.0%</b>	<b>100. %</b>

<sup>11</sup> Video recomendado. Herminio Angel. Video Características de Web 2.0 y Web 3.0. Minutos 3:19 a 4:12. 01 de mayo de 2013. Acceso 24 agosto de 2016.  
<https://www.youtube.com/watch?v=BolUe48r6lg>

<sup>12</sup>Internet Word Stats. Usage and Population Statistics. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. Acceso 20 septiembre de 2017.



Son muchos los aspectos positivos de este cambio tecnológico entre ellos la idea de una aldea global, el acercamiento de la humanidad, la ruptura de las fronteras, el intercambio y acceso a la información, velocidad en los procesos de producción y administración, mercados globales, construcción de redes y hasta un nuevo continente de misión.

## **1.2 ADAPTABILIDAD AL MUNDO CIBERCULTURAL.**

Para hacer un uso de aprovechamiento de las nuevas tecnologías desde es necesario el afrontar una alfabetización digital, tanto a nivel macro entre países, como a nivel interno entre grupos poblacionales y entre generaciones, Gros y Contreras<sup>13</sup> describen las siguientes características de esa alfabetización:

Capacidad para realizar juicios de valor informados acerca de la información que se obtenga en línea, que se iguale al “arte del pensamiento crítico”, la llave para “hacer valoraciones equilibradas que distingan entre el contenido y su presentación”.

Destrezas de lectura y comprensión en un entorno de hipertexto dinámico y no secuencial.

Destrezas de construcción del conocimiento; construir un “conjunto de información fiable” proveniente de diversas fuentes, con la “capacidad de recoger y evaluar tanto el hecho como la opinión, de ser posible sin sesgo”.

Habilidades de búsqueda, esencialmente basadas en motores de búsqueda en Internet.

---

<sup>13</sup> Begoña Gros, David Contreras, “La Alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas”, *Revista Iberoamericana de Educación*, 42 (2006), 109.

Gestión del “flujo de multimedia, utilizando filtros y agentes; creación de una “estrategia personal de información”, con selección de fuentes y mecanismos de distribución.

Concienciación acerca de la existencia de otras personas y una disponibilidad facilitada –a través de las redes– para contactar con ellas y debatir temas o pedir ayuda.

Capacidad para comprender un problema y seguir un conjunto de pasos para resolver esa necesidad de información.

Valoración de las herramientas del sistema como apoyo a los formatos tradicionales del contenido.

Precaución al juzgar la validez y exhaustividad del material accesible a través de los enlaces de hipertexto. Indudablemente, la evolución que ha tenido el concepto de alfabetización digital está relacionada con las demandas de la sociedad informacional.

La consecuencia del desconocimiento o limitado aprovechamiento de los recursos y lenguaje digital ocasiona el analfabetismo tecnológico, que según Marín<sup>14</sup> se divide en pleno o relativo, según las siguientes características:

-Pleno o absoluto: es aquella persona que ignora por completo el manejo de una computadora o un equipo. También se pueden incluir en esta categoría a aquellas personas que se resisten a aprender un sistema (tecnofobia).

-Relativo o funcional: se consideran a aquellas personas que utilizan rudimentariamente una computadora o un equipo, es decir, sus funciones básicas, o bien, se puede hacer una extensión a una situación particular: personas que

---

<sup>14</sup>Jorge Marín, “Analfabetismo tecnológico”. Acceso 02 febrero 2016. [http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/el\\_analfabetismo\\_tecnologico.pdf](http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/el_analfabetismo_tecnologico.pdf). 4

aprendieron a manejar un viejo sistema y que por carecer de práctica no pueden comprender los nuevos adelantos, o las que por distintos motivos (miedos, inseguridades, etc. Los usuarios conocen el mundo digital pero no están a la velocidad de comprensión de los desarrollos tecnológicos o el uso efectivo de sus nuevas aplicaciones.

Otras de las características que señala Marín, muy relacionada con la anterior, es su retroactividad, es decir, quien no es un “analfabeto tecnológico” hoy, puede serlo mañana. Esto se hace evidente por dos razones: la primera es que el “analfabetismo tecnológico” puede permanecer en estado latente durante años, y surge de pronto cuando ocurre un cambio en el entorno social<sup>15</sup>.

En esta adaptación parecen estar mejor dispuestos los nativos digitales y al compararlos con los migrantes digitales, se puede pensar encontrar las siguientes diferencias<sup>16</sup>:

- Los nativos desarrollan una plasticidad cerebral que les permite adaptarse al medio digital. Sus cerebros buscan conexiones neuronales a causa de una sobre exposición a estímulos.

- Los nativos muestran posibilidad de atender multitasking (realizar tareas al mismo tiempo). Los migrantes les dificulta esta multiactividad.

- Los nativos muestran facilidades de aprender y combinar idiomas.

- Los nativos mantienen una mayor capacidad de memoria a corto plazo, lo que les permite manejar más datos de trabajo. Los migrantes usan más la memoria a largo plazo y el análisis, lo que los puede hacer menos competitivos en una tarea inmediata.

---

<sup>15</sup> Jorge Marín, “Analfabetismo tecnológico”...4

<sup>16</sup> Tomado de: Canal Trece Colombia, “Cerebros del Siglo XXI”, video en Youtube, acceso 21 diciembre de 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=i7qiacVF74Q>.

-Los nativos aumentan su agudeza visual y manejo icónico. Los migrantes son más textuales, lo que les reduce velocidad de comprensión del medio digital.

-Los nativos desde temprana edad tienen familiaridad con el uso de los dispositivos digitales. Muchos migrantes subutilizan los recursos o son analfabetas funcionales.

-Los nativos demuestran mayor velocidad en la búsqueda de información online y mayor capacidad para incorporarla de inmediato. Los migrantes se demoran en buscar y asimilar una información.

-Los nativos obtienen información de manera autónoma y no necesitan de los adultos para conseguirla. Los migrantes confiaban en tener el control de la información.

-Aprendizaje de los nativos es hipertextual y no lineal como en los migrantes.

-Los nativos tienen sus propios códigos icónicos y de comportamiento desconocidos en ocasiones por los migrantes.

-Los nativos son prosumidores (produce –consume) mientras los migrantes en su mayoría son consumidores.

-Los nativos muestran bajo interés de establecer relaciones presenciales y prefieren interacciones a través de los dispositivos, aumentando con esto el número de personas que pueden impactar y comunicar. Los migrantes tienen grupos más cerrados y limitados.

En un futuro no muy lejano el analfabetismo tecnológico puede convertirse en un factor que ocasione importantes diferencias entre países y regiones<sup>17</sup>, en palabras de Aguilar<sup>18</sup> se afirma:

Esta nueva situación de autopistas se hace evidente que las autopistas de la información volverán a agrandar las diferencias entre países industrializados (en este caso informatizados y asfaltados con autopistas de la información) y no industrializados (en este caso informatizados/no informatizados, pero sin asfaltar de las autopistas de la información) cobran su valor real en la medida que sean la trama y urdimbre de las sociedades del saber en qué se concretará la sociedad de la Información.

---

<sup>17</sup> Angel Cuizara Cordova, "Analfabetismo Tecnológico", acceso 12 diciembre 2016. <https://es.scribd.com/doc/56305711/analfabetismo-tecnologico>

<sup>18</sup> Luis Aguilar, *Cibersociedad, los retos sociales ante un nuevo mundo digital...* 8.

El Celam lo expresa de la siguiente manera:

Se hará evidente la diferencia entre los desconectados y empobrecidos frente a los conectados a quienes pueden llamarse “ciudadanos de la aldea global”. Los demás – es decir, la inmensa mayoría de los pobres de América Latina y el Caribe- constituyen la masa de los nuevos pobres: son, según algunos, los “desconectados” de la aldea global, o bien la expresión de la gran “brecha digital” de nuestra región.<sup>19</sup>

El alfabetismo digital se une a la brecha de acceso a los recursos tecnológicos y la baja penetración de Internet en algunas regiones del mundo, como descriptivamente lo señala Rosas<sup>20</sup>:

La penetración se relaciona con la accesibilidad-por ejemplo, que el costo de conexión esté al alcance de los bolsillos de la mayor cantidad posible de personas- y con la infraestructura adecuada. Por ello no debe sorprender que la penetración sea mayor en los países desarrollados donde las políticas digitales imperantes favorecen que internet esté al alcance de un gran número de personas, a la vez que se ha desarrollado la infraestructura que garantiza la conectividad.

En medio de esta necesidad de adaptabilidad, en muchas personas surge la nostalgia por un “orden anterior” donde el mundo parecía tener una lógica y un control en lo familiar, en lo social, en la ciencia y hasta en la experiencia y manifestación de lo religioso y lo eclesial; esto se ve desafiado por la novedad, diversidad y los recursos de comunicación que parece plantear la cibercultura.

---

<sup>19</sup> CELAM, *Globalización y Nueva Evangelización en América Latina y el Caribe*, Reflexiones Celam 1999-2003 (Bogotá: CELAM, 2003), 61.

<sup>20</sup> Maria Cristina Rosas, “El analfabetismo digital”, *ALAI*, agosto 2012. Acceso noviembre 2015, <http://www.alainet.org/es/active/57191>

### 1.3. LOS RIESGOS PRESENTES EN LA CIBERCULTURA.

A continuación se describieren algunos de los riesgos presentes en la cibercultura, que muestran la necesidad de estar atentos desde la educación, la ética, la seguridad y también podría decirse desde la teología para dar respuesta a estas situaciones que pueden constituir situaciones de peligro convertidas también en situaciones de pecado.

#### - **Ciberadicción e infointoxicación.**

En el mundo contemporáneo surge una dependencia a la tecnología y la sobreinformación, que en ocasiones puede resultar patológica a causa de la saturación y la sobre exposición a los aparatos de computación y de comunicación, que afectan la vida social, emocional, corporal y psicológica. Vide lo expone de la siguiente manera:

*En el mundo audiovisual se da una sobredosis de estímulos que producen una especie de hipnosis capaz de fascinar al espectador. La preponderancia de los estímulos sensoriales genera distintos problemas. La saturación de estímulos crea adicción; es decir, cada vez se precisa una mayor cantidad de estímulos para fascinar y captar la atención del espectador. Para evitar el aburrimiento se aumenta la dosis de estímulos. Pero ¿hasta qué límites? El desbordamiento de estímulos y sensaciones termina desactivando los procesos reflexivos y anulando el sentido crítico.<sup>21</sup>*

---

<sup>21</sup> Vicente Vide, *Comunicar la fe en la ciudad secular. Teología de la comunicación...*87.

En cuanto a la ciberadicción se pueden detectar algunos síntomas de alerta<sup>22</sup>:

Cambios drásticos en los hábitos de vida, a fin de tener más tiempo para conectarse.

Disminución generalizada de la actividad física. Descuido de la salud propia a consecuencia de la actividad en Internet.

Evitación de actividades importantes a fin de disponer de mayor cantidad de tiempo para permanecer conectado. Cambio en los patrones de sueño a fin de disponer de más tiempo en la red.

Disminución de la sociabilidad, que tiene como consecuencia la pérdida de amistades. Negligencia respecto a la familia y amigos.

Rechazo a dedicar tiempo extra en actividades fuera de la red.

Negligencia respecto al trabajo y las obligaciones personales

La ciberadicción se ve aumenta por la posibilidad de los usuarios de acceder a internet a través de equipo móvil, lo que puede causar una dependencia llamada nomofobia con los siguientes síntomas señalados por Reyes<sup>23</sup>:

-No separarse del celular: ir al baño, la cocina, durante las comidas o el cine y estar constantemente dependiente del equipo.

-Alteración de los hábitos del sueño: a veces despertarse por la noche y mirar el celular para ver si hay mensajes o llamadas. Estar hasta altas horas de la noche hablando y dormir menos horas de las debidas.

-Lo primero que se hace al levantarse es mirar el celular.

-Nerviosismo o ansiedad cuando se tiene el equipo: Sentir nervios o angustia cuando se porta el celular cerca o cuando se ha agotado la batería. Sentir placer y tranquilidad cuando se vuelve a tener en mis manos.

-No estar pendiente de los amigos o familiares por estar atento del celular.

---

<sup>22</sup> Instituto de Salud libertad, "Adicción a internet o ciberadicción, Características – tratamiento", Consultado el 12 de julio de 2012 <http://www.saludlibertad.com/publicaciones/adicciones/tipos-de-adicciones/adicciones-conductuales/ciberadiccion>

<sup>23</sup> Miguel Reyes, "¿Sufre usted de nomofobia, la adicción al celular", acceso 04 mayo 2013 <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/sufre-usted-nomofobia-adiccion-celular/259456-3>

-Revisar el celular de forma automática: Sin darse cuenta o para sentir que no se pierde el tiempo, revisar el celular y cualquiera de sus aplicaciones por simple placer o por esperar con ansias a que entre un mensaje o llamadas.

-Cuentas exageradas por el pago de servicios.

-Sentir que se comunica con mayor facilidad por medio del chat o por llamadas telefónicas que en persona. Evitar las conversaciones y las relaciones en persona por esa razón.

Otra de las consecuencias de la ciberadicción es la infoxicación digital, por la cual el exceso de información (muchas de ellas Spam) produce distorsión de la realidad, incapacidad de distinguir la información verdadera de aquella que no lo es, desgaste de recursos y de tiempo, efectos físicos de hastío, depresión, desespero, ansiedad y malestar. Entre las características de la ciberintoxicación se pueden encontrar las siguientes<sup>24</sup>:

-Recoger más información de la necesaria para tomar decisiones.

-Recibir una gran cantidad de información no solicitada o útil.

-Buscar más información de la necesaria para tratar de comprobar que la que se tiene es la correcta.

-Necesidad de justificar con mucha información una decisión.

-Recogemos información por “si pudiese ser útil en un futuro”, también hacer lo mismo con imágenes y textos.

-Utilizar la información “como moneda de cambio” para no quedarse atrás respecto a lo que opinan los demás.

---

<sup>24</sup> Infoxicadoblog JGS, “La infoxicación. ¿Enfermedad Digital?”. Acceso 15 marzo 2015. <https://infoxicadoblog.wordpress.com/2014/02/21/la-infoxicacion-la-1a-enfermedad-digital/>



Surge un cuestionamiento social: ¿es hora de considerar la ciberadicción como una pandemia y comenzar a tomar las decisiones políticas y de salud pública para afrontar esta nueva situación?, por ejemplo, tomar decisiones que contemplen este tipo de adicción dentro de los programas de atención básica, dentro de los planes obligatorios de salud. Ya no es un problema del primer mundo, sino que viene afectando a toda la población mundial. Y además del aspecto de salud es también un desafío que llega al plano de la Moral Teológica con nuevos interrogantes de atención Pastoral.

#### - **Ciberbullyng.**

El Ciberbullying es una nueva realidad que amplía el escenario de incidencia del abuso y el acoso que antes se limitaban a horarios o espacios escolares o laborales y utilizan ahora los medios tecnológicos<sup>25</sup>. Para considerarse ciberbullying, estas prácticas de intimidación mediante Internet *“deben darse con la intención de dañar, ejecutarse en forma repetitiva y llevarse a cabo en una circunstancia donde sea evidente el desequilibrio del poder entre los participantes. Como dato agregado y*

---

<sup>25</sup> Entre los medios se encuentran: “Mensajería instantánea: Medio de comunicación en tiempo real que se realiza a través de internet con personas de una lista de contactos. 2. Correo electrónico: Servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes y archivos mediante sistemas de comunicación electrónica. 3. Mensajes de texto: Forma de comunicación escrita que se presenta en un tiempo no real. 4. Redes sociales online: Websites que alientan a la gente a colgar perfiles de ellos mismos y relacionarse con otros perfiles. 5. Chats: Forma de comunicación que ocurre en tiempo real en el que se hablan de cuestiones y temas específicos. Algunos de estos chats incluyen avatares y personajes con características elegidas por el usuario para relacionarse con otros usuarios. 6. Blogs: Diarios online de personas que comparten sus experiencias de vida o sus conocimientos a sus suscriptores. 7. Páginas web: Lugares o espacios dentro de la red mundial de comunicación que contienen una ventana de entrada o inicio. 8. Juegos por internet: Juegos que suceden mediante la computadora o consola de videojuegos en los que son permitidos partidas multijugador y mensajes entre los jugadores”.

David Guerrero, Laura Moncayo, Juanita Parra. Instituto Alberto Merani. “El acoso escolar en la era digital” (Tesis de grado: Instituto Merani, 2015), 9. Acceso 23 de noviembre 2016, [http://www.institutomerani.edu.co/publicaciones/tesis/2015/cyberbullying%20\\_acoso\\_escolar\\_era%20virtual.pdf](http://www.institutomerani.edu.co/publicaciones/tesis/2015/cyberbullying%20_acoso_escolar_era%20virtual.pdf) pag 9 año 2015

*no menos importante, cabe señalar que en la actualidad este fenómeno se produce también a través de telefonía celular, la cual se ha constituido con los años en un medio más accesible para los agresores e intimidadores”*<sup>26</sup>

Algunas de las características indicadas por Garaigordobil son las siguientes<sup>27</sup>:

-Subir a internet imágenes comprometedoras o información con datos que pueden perjudicar o avergonzar. Colgarlo en su entorno relacional.

-Subir una foto de la víctima a la web y hacer votaciones, por ejemplo “trata de votar a la persona más fea, a la menos inteligente, y cargarle de “puntos” o “votos” para que aparezca en los primeros lugares”.

-Crear un perfil falso a nombre de una víctima en “donde se escriban a modo de confesiones en primera persona determinados acontecimientos personales, demandas explícitas de contactos sexuales, etcétera”.

-Suplantar a la víctima y participar en chat de manera violenta, ocasionando que “las reacciones vayan posteriormente dirigidas a quien ha sufrido la usurpación de personalidad”.

---

<sup>26</sup> Gerardo Garcia Madonado, Victor Manuel Joffre-Velazques, Gerardo Martínez, Arturo LLanes-Castillo. “Cyberbullying: Forma virtual de intimidación escolar”. *Revista colombiana de psiquiatría* 40: 115. 2011..  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v40n1/v40n1a10.pdf>

<sup>27</sup> Maite Garaigordobil. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*.11, 233-254. 2  
<http://www.ijpsy.com/volumen11/num2/295/prevalencia-y-consecuencias-del-cyberbullying-ES.pdf>

-Hacer pública una dirección privada “para que luego sea víctima de spam, de contactos con desconocidos”.

-Robar la clave de email “de forma que su legítimo propietario no lo pueda consultar, leer los mensajes que le llegan a su buzón violando su intimidad”.

-Provocar intencionalmente “a la víctima en servicios web que cuentan con una persona responsable de vigilar o moderar lo que allí pasa (chats, juegos online, comunidades virtuales...) para conseguir una reacción violenta que, una vez denunciada o evidenciada, suponga la exclusión de quien realmente venía siendo la víctima”. La estrategia consiste en hacerse pasar por un troll<sup>28</sup>.

-Mentir, inventar y correr rumores “en los cuales a la víctima se le suponga un comportamiento reprochable, ofensivo o desleal, de forma que sean otros quienes, sin poner en duda lo que leen, ejerzan sus propias formas de represalia o acoso”.

---

<sup>28</sup> Un troll es aquel que publica mensajes en una discusión en un foro, chat o red social, los cuales siempre son irrelevantes o no guardan relación con el tema principal que se está discutiendo, estando los mensajes principalmente armados con la intención de confundir, provocar e irritar a los participantes de dicha discusión con el fin de que los mismos terminen enfrentándose entre sí. Los Trolls en su mayor parte publican sus mensajes con el fin de divertirse, pero también pueden tener algunas otras intenciones, sin embargo su proceder prácticamente siempre es el mismo, provocar y molestar hasta obtener una respuesta por parte de los lectores, los cuales, a pesar de que en la mayoría de las veces son avisados de que se trata del accionar de un Troll, caen en la trampa y olvidan el motivo principal de la discusión para enfrentarse con aquel que considera que lo está ofendiendo o burlándose de él, consiguiendo de este modo el Troll su victoria personal” Informaticahoy, “Qué son los Trolls y por qué son tan molestos?”, <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-son-Trolls-molestos.php>. Acceso 12 abril de 2015.

-Crear un ambiente de acoso y “perseguir y acechar a la víctima en los lugares de Internet en los que se relaciona de manera habitual provocándole una sensación de completo agobio”.

Lo preocupante es que este fenómeno, como afirma Mera, sea “*reflejo de la sociedad en la que los niños crecen*”<sup>29</sup>, con lo cual una evangelización en internet requiere no sólo limitar a las redes sino también articularse con acciones pastorales presenciales.

#### - **Ciberwar.**

La cibercultura, y en particular Internet, al igual que otros escenarios de la vida humana, es también factible de convertirse en un espacio de guerra (ciberwar); Aline Amaro Da Silva<sup>30</sup> lo describe de la siguiente manera:

Existem três definições de cyberwar. A primeira vê a cyberwar como um complemento às atividades militares tradicionais, cujo objetivo é obter o domínio informacional sobre o conflito. A segunda restringe-se à estrutura informacional: as TIC's como meio, objetivo e armas de ataque. Visa sabotar às TIC's dos inimigos e deteriorar seus dados. Já a terceira cyberwar é irrestrita, atingindo tanto o campo civil quanto o militar. Sendo assim, cyberwar são ações e ataques que se realizam antes e durante o conflito.

Por sua vez, netwar relaciona-se com o autoconhecimento e a auto-imagem dos oponentes. Tem como objetivo influenciar, desestruturar e destruir a moral dos adversarios através de propagandas, infiltração em suas redes e bancos de dados, pelo apoio à oposição política e aos movimentos sociais atuantes na internet. A netwar vai de encontro com os movimentos sociais da

---

<sup>29</sup> Alda Mera, “El ciberacoso, un fenómeno que crece a la velocidad del internet”, El Pais.com.co Acceso abril 2015 <http://www.elpais.com.co/california/el-ciberacoso-un-fenomeno-que-crece-a-la-velocidad-de-la-internet.html>

<sup>30</sup> Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA: Fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede” (Tesis maestría, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015):64.

rede vistos no primeiro capítulo, sendo articulada especialmente por civis de todo o mundo que se sensibilizem com algum ato de injustiça ou crueldade.

Lejarza Illaro<sup>31</sup> señala el impacto mundial en los siguientes terminos:

Las actividades en el ciberespacio han modificado sustancialmente el panorama geopolítico mundial, las alianzas entre países pueden perder parte de su solidez ante la sospecha de que el socio incondicional se convierta, en un momento dado, en el enemigo en la red. El siguiente paso es fundamental: se hace preciso un acuerdo global que articule leyes internacionalmente aceptadas para restringir y controlar el uso de las ciberarmas. Aunque este hecho no permita definir la presencia de un gobierno tras su empleo contra otra nación, sí contribuirá a evitar acciones de represalia inadecuadas.

Esta nueva cara de guerra puede utilizarse también como arma del terrorismo o la delincuencia, al invadir, dañar o utilizar estructuras militares, civiles, comerciales, bancarias o de infraestructura, entre los escenarios vulnerables se pueden mencionar, con Da Silva, los siguientes: fraude electoral, espionaje Industrial, ruptura del mercado de valores por beneficio o diversión, provocar derrames intencionados de petróleo, toma del control de la fabricación, comprometer el smartphone de un político, chantaje masivo a través de las redes sociales, ataque contra una central eléctrica o ataque contra una central hidroeléctrica.

Continuando con la descripción, Echeverri<sup>32</sup> advierte de lo peligrosa y destructiva que puede llegar a ser este tipo de guerra, además que ésta se

---

<sup>31</sup> Eguskiñe Lejarza Illaro, "Ciberguerra, los escenarios de confrontación", Instituto Español de Estudios Estratégicos. Febrero de 2014.  
[http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2014/DIEEEO182014\\_Ciberguerra\\_EscenariosConfrontacion\\_EguskineLejarza.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2014/DIEEEO182014_Ciberguerra_EscenariosConfrontacion_EguskineLejarza.pdf)

<sup>32</sup> Laura Echeverri, "La relación de la ciberguerra con la guerra interestatal clásica: estudios de caso Estonia, Georgia e Irán (Tesis. Universidad Militar Nueva Granada, *Julio 2016*): 37-38.

encuentra al alcance de quien tenga un equipo y la formación de habilidad necesaria:

La ciberguerra no es perceptible a los sentidos, por lo que muchas veces no se alcanza a percibir su dimensión, alcance y peligrosidad, ya que todo transcurre en un entorno que no puede ser recorrido como los demás, y lo que se alcanza a distinguir es a través de códigos y fórmulas matemáticas, que impiden dimensionar su tamaño.

El control del armamento que se usa en esta clase de guerra en el ciberespacio está, por supuesto, en manos de aquellos Estados en capacidad de desarrollar tecnologías para manejarlos, pero esa misma cualidad se convierte en un riesgo, los convierte en los actores más vulnerables, pues toda su infraestructura está conectada y las consecuencias de las ofensivas cibernéticas pueden ser mucho más dañinas al alcanzar más sectores esenciales para su correcto funcionamiento como Estado.

Para este tipo de guerra y para actividades criminales se utilizan de manera anónima las siguientes estrategias: la Información hackeada<sup>33</sup>, el Phishing<sup>34</sup>,

---

<sup>33</sup> “La palabra hackear es un neologismo que significa 'vulnerar la seguridad de un sistema informático'. Esta acción puede darse de varias formas: hackear puede referirse al robo de una contraseña, a la copia ilegal de un software protegido o a una acción que deje sin funcionamiento una página web”. Definidor.”¿Qué significa Hakear Algo?” Acceso 12 de julio de 2015, <http://definidor.blogspot.com/2009/01/qu-significa-hackear-algo.html>.

<sup>34</sup> “El termino Phishing es utilizado para referirse a uno de los métodos mas utilizados por delincuentes cibernéticos para estafar y obtener información confidencial de forma fraudulenta como puede ser una contraseña o información detallada sobre tarjetas de crédito u otra información bancaria de la victima.El estafador, conocido como phisher, *se vale de técnicas de ingeniería social*, haciéndose pasar por una persona o empresa de confianza en una aparente comunicación oficial electrónica, por lo general un correo electrónico, o algún sistema de mensajería instantánea, redes sociales SMS/MMS, a raíz de un malware o incluso utilizando también llamadas telefónicas”. Marcelo Rivero.”¿Qué es el Phishing?”. Info Spyware. Acceso 14 de mayo 2016, <https://www.infospyware.com/articulos/que-es-el-phishing/>

los Programas tipo Spyware<sup>35</sup> y los Malware.<sup>36</sup> En este momento es conveniente señalar que este tipo de guerra sería totalmente destructiva, cabe indicar que, en las palabras del Papa Francisco<sup>37</sup> en la jornada mundial de la paz en el 2017, se advierte que una guerra fragmentada puede estar ya en ejecución, y que puede utilizar las nuevas herramientas digitales:

El siglo pasado fue devastado por dos horribles guerras mundiales, conoció la amenaza de la guerra nuclear y un gran número de nuevos conflictos, pero hoy lamentablemente estamos ante una terrible guerra mundial por partes. No es fácil saber si el mundo actualmente es más o menos violento de lo que fue en el pasado, ni si los modernos medios de comunicación y la movilidad que caracteriza nuestra época nos hace más conscientes de la violencia o más habituados a ella.

En cualquier caso, esta violencia que se comete «por partes», en modos y niveles diversos, provoca un enorme sufrimiento que conocemos bien: guerras en diferentes países y continentes; terrorismo, criminalidad y ataques armados impredecibles; abusos contra los emigrantes y las víctimas de la trata; devastación del medio ambiente. ¿Con qué fin? La violencia, ¿permite alcanzar objetivos de valor duradero? Todo lo que obtiene, ¿no se reduce a desencadenar represalias y espirales de conflicto letales que benefician sólo a algunos «señores de la guerra»?

---

<sup>35</sup> “Se refiere a los programas que recolectan información acerca del usuario del equipo en el que están instalados, para enviarlos al editor del software a fin de obtener un perfil de los usuarios de Internet. Los datos recolectados de esta manera pueden ser: las direcciones URL de sitios Web visitados, términos de búsqueda introducidos en motores de búsqueda, un análisis de compras en línea, incluso información de pagos (tarjetas de crédito/débito), o información personal”. CCM. “Spyware”. Acceso el 20 de noviembre de 2012, <http://es.kioskea.net/contents/virus/spywares.php3>

<sup>36</sup> Es la abreviatura de “Malicious software” (software malicioso), término que engloba a todo tipo de programa o código de computadora cuya función es dañar un sistema o causar un mal funcionamiento. Dentro de este grupo podemos encontrar términos como: Virus, Troyanos (Trojans), Gusanos (Worm), Dialers, Spyware, Adware, Hijackers, Keyloggers, FakeAVs, Rootkits, Bootkits, Rogues, etc. En la actualidad y dado que los antiguos llamados Virus informáticos ahora comparten funciones con sus otras familias, se denomina directamente a cualquier parásito/infección, directamente como “Malware” Marcelo Rivero. “Qué son los malwares”, Info Spyware. Acceso el 20 de diciembre de 2012, <http://www.infospyware.com/articulos/que-son-los-malwares/>.

<sup>37</sup> Papa Francisco. “La no violencia: un estilo de política para la Paz” (Mensaje del Papa Francisco para la 50 Jornada Mundial de la Paz), Roma 01 de Enero de 2017, [http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/peace/documents/papa-francesco\\_20161208\\_messaggio-l-giornata-mondiale-pace-2017.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/peace/documents/papa-francesco_20161208_messaggio-l-giornata-mondiale-pace-2017.html)

El ciber mundo y las redes sociales necesitan de testimonios y trabajadores de la paz que promuevan la convivencia, el respeto, la fraternidad y la resolución pacífica de los conflictos.

#### **1.4. DESAFÍOS RESPECTO AL TEMA DE LA SEXUALIDAD.**

En este nuevo escenario aparecen también desordenes sexuales, la pornografía, el abuso de menores y las extorsiones que se ven potencializadas por el uso viral del sistema de redes. Entre ellos se encuentran el Sexting, la adicción a la pornografía y el grooning.

Referente al sexting, programas estatales como Páginas Amigas describen sus características<sup>38</sup>:

Este tipo de chantaje requiere que exista un material de tipo sexual, normalmente fotografías o vídeos de la persona chantajeada, en poses o actos sexuales, o simplemente desnuda o semidesnuda

Ese material puede haberse autoproducido (sexting) para consumo de algún partenaire sexual, novio/a o amigo/a. En esos casos se suelen usar webcams o cámaras digitales o teléfonos con cámara para generar las imágenes, y medios como Internet o los mensajes MMS para enviarlos. Normalmente el envío es de persona a persona pero en ocasiones incluso se llegan a publicar voluntariamente en ciertos webs, de acceso restringido o público.

Posteriormente, los destinatarios originales de esas imágenes o terceras personas que se hacen con ellas por reenvíos indiscretos o mediante descuidos o robo de las mismas, las utilizan para chantajear a la persona que aparece en ellas. El chantaje consiste en la exigencia de dinero, más

---

<sup>38</sup> Pantallas amigas. "Sextorsión". Acceso 06 de mayo de 2015, <https://www.sextorsion.es/sextorsion-como-se-origina/>



imágenes o incluso relaciones sexuales, bajo la amenaza de hacer públicas dichas fotos o vídeos o de remitírselas a ciertas personas (padres o pareja, p.ej.).

En otras ocasiones, menos frecuentes, las imágenes son obtenidas directamente por el sextorsionador, sin ningún conocimiento de la víctima: para esto pueden usar cámaras ocultas, virus que permiten controlar la webcam de la víctima sin que lo perciba, u otros sistemas. Así obtienen imágenes de las habitaciones privadas de las víctimas con las cuales someterlas a chantaje. Estos casos son más parecidos a las extorsiones previas a la era de Internet, ya que no tienen su origen en un sexting voluntario.

El Centro de Psicología López de Fez<sup>39</sup> señala las siguientes consecuencias de esta práctica que comienza con el intercambio voluntario de material erótico y termina con extorsión y en ocasiones abuso:

-Quien envía sexting puede “ser acosado, humillado, vejado hasta tal punto de originarse trastornos psicológicos tan serios como la ansiedad o la depresión”.

-La persona víctima del robo de sus fotos o material sexual “puede ser extorsionado tanto en persona como a través de Internet. Se trata de una situación muy delicada: el autor del contenido suele ceder al chantaje ante el temor de que el extorsionador difunda públicamente las imágenes o el vídeo”.

- Es tanta la presión en algunos casos que “se han llegado a dar casos de suicidios originados por el sexting y, sin necesidad de llegar tan lejos, infinidad de casos de ansiedad, depresión, pérdida de autoestima, humillaciones o aislamiento social”.

En estos chantajes los niños y jóvenes son las principales víctimas, convirtiéndose en un llamado de alerta para las entidades educativas y también como una temática que requiere abordarse en la pastoral infantil o juvenil para protección de los menores. Los padres y educadores son el primer filtro para prevenir acciones que pueden llevar al abuso sexual.

---

<sup>39</sup> Alicia Lopez de Fez. “El sexting: que es y principales riesgos psicológicos”. *Centro de Psicología López de Fez*. Acceso 02 diciembre 2016, <http://www.centropsicologiafezdefez.es/blog/que-es-el-sexting/>

En otro escenario, una forma particular de adicción en internet, es la adicción a la ciberpornografía, que tiene los siguientes síntomas y efectos señalado por la página Porn Addition:

Escalating amounts of time spent on porn use, with hours and sometimes even days lost to pornography.

- Viewing progressively more intense or bizarre sexual content.
- Continued porn use despite negative consequences and/or promises made to self or others to stop using porn.
- Lying about, keeping secrets about and covering up the nature and extent of porn use.
- Anger or irritability if confronted about the nature or extent of porn use.
- Escalation from two-dimensional porn viewing to use of technology for casual, anonymous or paid-for sexual encounters, whether in-person or via Webcams.

La misma página señala las consecuencias de esta adicción que puede destruir vidas y hogares y por lo tanto corresponde a un tema contemporáneo de la Pastoral Familiar, ya que es una nueva amenaza a la fidelidad, a la unidad y al bienestar de la relación:

- An inability to form lasting social and intimate romantic relationships.
- Intense feelings of depression, shame and isolation.
- Disintegration of relationships with family, friends and romantic partners.
- Loss of many hours, sometimes entire days, to porn use.
- Loss of interest in non-porn activities such as work, school, socializing, family and exercise.
- Trouble at work or in school (including reprimands and/or dismissal) related to poor performance, misuse of company/school equipment and/or public use of porn
- Financial issues.
- Legal issues (usually related to illegal porn use).
- Porn use combined with drug/alcohol abuse.
- Physical injury caused by compulsive masturbation.
- Sexual dysfunction with real-world partners, including erectile dysfunction, delayed ejaculation and an inability to reach orgasm.

Los desórdenes anteriores, que llevan a delitos y situaciones pecaminosas que afectan a las personas y a la sociedad destruyéndola y por eso requieren una seria reflexión asumida por la moral sexual. A estas prácticas se les une otra, favorecida por el anonimato, y es la suplantación de identidades en particular para

el acceso a menores de edad. A este delito se le llama Grooming<sup>40</sup> y al que el Ministerio de tecnología de la información y las comunicaciones de Colombia lo describe de la siguiente manera<sup>41</sup>:

El Grooming es una nueva forma de acoso y abuso hacia niños y jóvenes que se ha venido popularizando con el auge de las TIC, principalmente los chats y redes sociales. Inicia con una simple conversación virtual, en la que el adulto se hace pasar por otra persona, normalmente, por una de la misma edad de la víctima. De esta forma, pretende tener más afinidades con él, gana su confianza y fortalece una supuesta amistad. Al ser “amigos” e intercambiar información e historias, muy fácilmente se baja la guardia: ya no da tanta pena hablar de algunos temas, enviar fotos o verse a través de la cámara web. Esto lo aprovecha el abusador para incluir temas sexuales en las conversaciones, ya sea hablando del tema, intercambiado imágenes eróticas, o haciendo invitaciones para conocerse personalmente. Es en ese momento, cuando se corre el riesgo de un abuso sexual.

Cortejoso describe las siguientes fases de como el adulto se acerca con la intención de abuso de menores<sup>42</sup>:

-Fase de acercamiento: donde el adulto está estudiando al menor en la Red, observa sus intereses, sus comentarios, en qué servicios o webs está presente y actúa, etc. Una vez analizado se hace pasar por otro menor de edad similar a la de

---

<sup>40</sup>“El grooming de menores en Internet es un fenómeno que podríamos traducir como *engatusamiento* y que se utiliza para describir las prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de un (o una) menor fingiendo empatía, cariño, etc. con fines de satisfacción sexual (como mínimo, y casi siempre, obtener imágenes del/a menor desnudo/a o realizando actos sexuales). Por tanto está muy relacionado con la pederastia y la pornografía infantil en Internet. De hecho el grooming es en muchas ocasiones la antesala de un abuso sexual”. Internet Grooming. “¿Qué es el grooming”. En asocio con Pantallas Amigas. Acceso 10 de junio 2016, <https://internet-grooming.net/>

<sup>41</sup> Mintic Colombia. “¿Qué es el grooming?”, *En tic confío*. Acceso 23 de febrero de 2013, <http://www.enticconfio.gov.co/index.php/riesgos-jovenes/item/139-grooming.html>.

<sup>42</sup> David Cortejoso. “Definición y características del grooming”. Acceso 10 de julio de 2014, <http://bullying-acoso.com/definicion-y-caracteristicas-del-grooming/>

la víctima e intenta establecer contacto con él, diciéndole que tiene gustos similares, visita los mismos servicios de la Red, etc.

-Fase de relación: el adulto ahora intenta consolidar la confianza con el menor haciéndole confesiones que son inventadas, compartiendo supuestos secretos con él o contándole cosas íntimas y personales.

-Fase de acoso: una vez que ha logrado afianzar la confianza se lanza a pedirle imágenes desnudo o con poses provocativas, vídeos o que lo haga delante de la webcam, en ocasiones prometiéndole que él hará lo mismo también. Si lo consigue, lo utilizará para chantajearle y pedirle cada vez más o con mayor contenido sexual, amenazándole de que si no lo hace difundirá lo que tiene y se lo contará a sus familiares. Para en ocasiones presionarle aún más y tener un contacto real donde abusar sexualmente de él.

Facebook participa de programas de prevención de estos delitos.<sup>43</sup> Facebook forma parte de una amplia comunidad de seguridad en línea? La red social colabora con un grupo de organizaciones y expertos dedicados a la seguridad en Internet, llamado Safety Advisory Board (Consejo asesor de seguridad de Facebook), que ofrece asesoramiento en materia de seguridad. Pertenecen a este consejo: Childnet International, ConnectSafely, The Family Online Safety Institute, The National Network to End Domestic Violence y WiredSafety.

---

<sup>43</sup> CPORG, "Peligros y riesgos de Facebook y otras redes sociales" febrero de 2013. Acceso 02 de junio de 2015, <http://www.comoprogramar.org/peligros-riesgos-facebook-redes-sociales/>

## 1.5. LAS REDES SOCIALES VIRTUALES.

Las redes sociales<sup>44</sup> son sistemas de tipo horizontal y de carácter abierto que reúnen conjuntos de personas que se sienten identificadas unas con otras por los mismos intereses, problemáticas, necesidades y expresiones. Esto constituye una organización social que permite a los individuos y grupos pertenecientes a una red potenciar sus recursos, producir nuevos, intercambiar experiencias y establecer nuevas formas de relaciones afectivas, económicos, de diversión, espiritualidad y transformación mutua a través de una plataforma digital.

El protagonismo actual de las redes sociales virtuales<sup>45</sup> significa más que una simple revolución técnica; es ante todo un cambio de paradigma que ocasiona una transformación de los medios mismos y que tiene consecuencias sobre el desarrollo psicológico, moral y social, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, el

---

<sup>44</sup> "A denominação de rede, originariamente, remete ao conjunto entrelaçado de fios, cordas, cordéis, arames, etc., com diamentos e aberturas regulares, que possuem empregabilidades variadas. No entanto, contemporaneamente, a ideia de redes passou a ser apropriada por inúmeras e variadas áreas do saber, desde a sociologia (redes sociais) até a informática (redes de computadores). Essa assimilação analógica passou a designar "uma quantidade de pontos (nós ou nodos), concretos ou abstratos, interligados por relações de vários tipos", simbolizando a não linearidade das interações como também as inumeráveis possibilidades de interação que podem ser desenvolvidas e articuladas. Contemporaneamente, as redes constituem uma interligação entre varios indivíduos e empresas, dentre outras instâncias da sociedade. Ou seja, há uma nova morfologia social em nossa sociedade". Jackson Santos. "O Evangelho no novo milenio. O uso da web 2.0: Uma Parceria Posible" (Doutorado, Sao Leopoldo, 2010) [http://tede.est.edu.br/tede/tde\\_arquivos/1/TDE-2011-02-01T071947Z-245/Publico/santos\\_j\\_tmp127.PDF](http://tede.est.edu.br/tede/tde_arquivos/1/TDE-2011-02-01T071947Z-245/Publico/santos_j_tmp127.PDF)

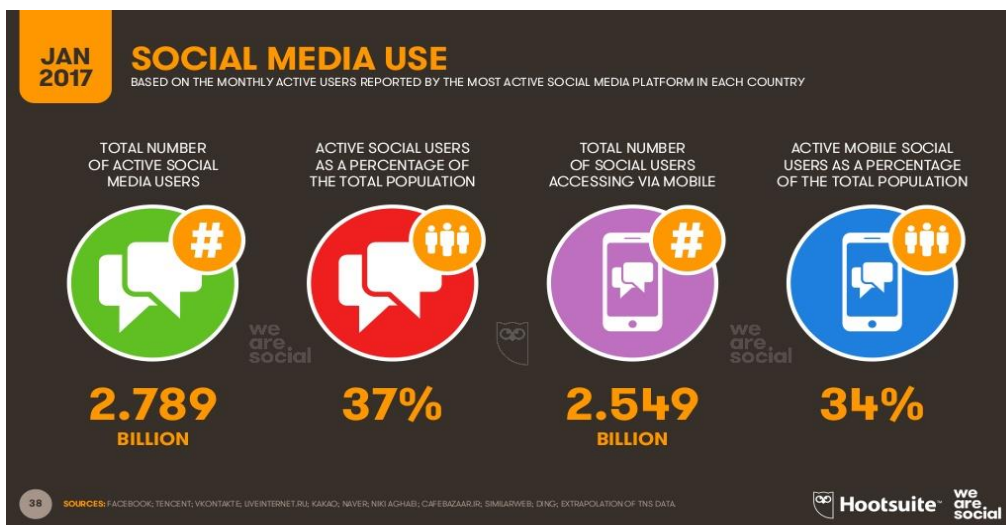
<sup>45</sup> Virtual vem do latim medieval virtualis, derivado por sua vez de virtus, força, potência. Na filosofia escolástica, é virtual o que existe em potência e não em ato. O virtual tende a atualizar-se sem ter passado, no entanto à concretização efetiva ou forma. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes. Pierre LEVY, O que é o virtual? (São Paulo: Editora 34, 1996),15.

intercambio de una cultura con otra, la percepción y la transmisión de los valores, las ideas del mundo, las ideologías y hasta las convicciones religiosas.

Es un nuevo “massmedia”, una nueva forma de contactarse, de encontrarse, de comunicarse, de interactuar, de hacer presencia en el mundo global y visibilizar las redes de relaciones que emergen con rostros nuevos desde la virtualidad. Es un espacio de comunicación en un ambiente digital que crece y evoluciona con los participantes de la red.

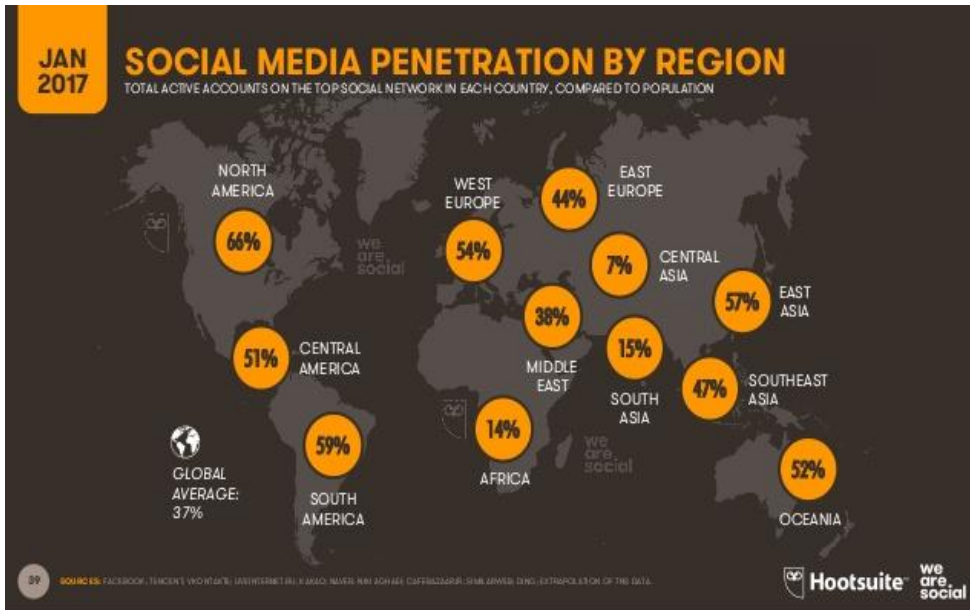
De su impacto dan cuenta las siguientes estadísticas del informe “Digital in 2017 Global Overview. A Collection of Internet, social media, and mobile data around the world” <sup>46</sup>, se debe tener en cuenta que las cifras irán cambiando permanentemente:

Usuarios de redes sociales:

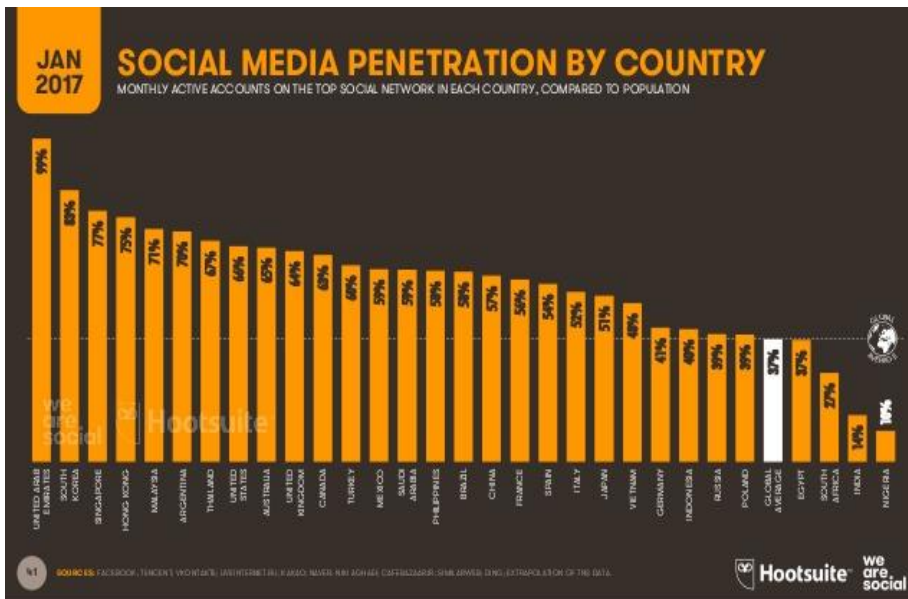


<sup>46</sup> We are Social 2017 “Digital in 2017 Global Overview. A Collection of Internet, social media, and mobile data around the world”, en Colaboración con Hootsuite sobre estadísticas, análisis y tendencias digitales, en You Tube, acceso abril de 2016, <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>

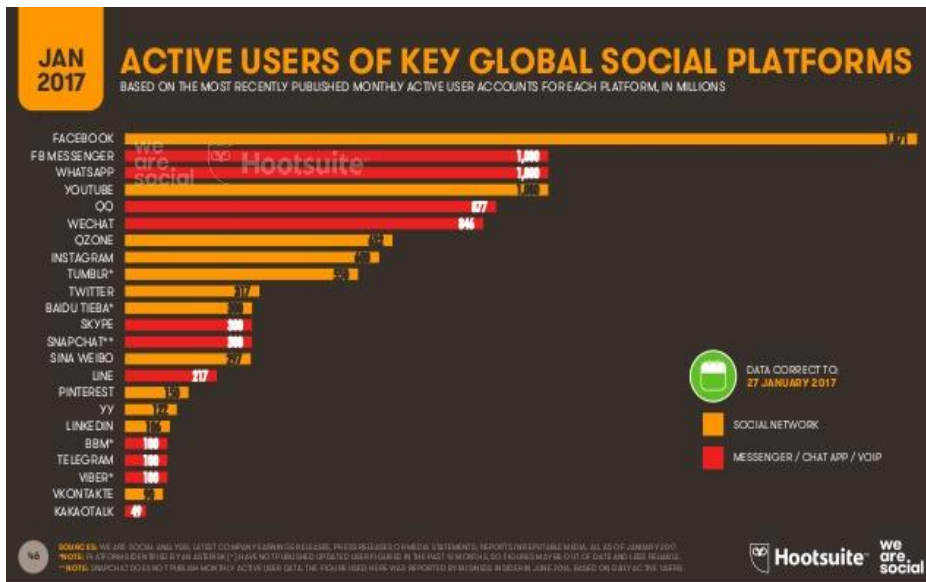
Penetración por Región:



Penetración por Países:



## Comparativo de usuarios en las redes sociales



Fuente figura

Las redes sociales se han convertido en un patrimonio de la humanidad que posibilita el encuentro, el intercambio, el reconocimiento dentro de un e-topía (utopía digital) donde se crearían como posibles la multipresencialidad, la multirelacionalidad, el protagonismo individual, la ruptura de la propia vida cotidiana, la satisfacción del bienestar inmediato y en general crea la sensación e ilusión de “no límite”, de poder y de autonomía por la están dispuestos a invertir su salud, comprometer sus relaciones sus recursos y mucho de su tiempo (cronofagia<sup>47</sup>)

<sup>47</sup> “Cronofagia, es uno de los fenómenos interesantes de internet y en particular de las redes sociales; es la inversión que hace la persona de su tiempo, lo que ocasiona un detrimento de su calidad de vida, en particular de aquellos momentos que deberían estar destinados al descanso y a la actividad física; vamos a enfrentar a nuevas patologías nacidas del mundo del internet que aparte de las psicológicas implicarán también los desórdenes nacidos de la descompensación física y anatómica. De acuerdo con el estudio de iLifebelt de Redes Sociales en Centroamérica y el Caribe 2016 “más del 38% de la población afirmaba que pasaban más de 3 horas al día conectados. Al consultarles a los encuestados en qué momento del día las utilizaban más, el 67.5% aseguró que “todo el tiempo”. Se estima que los adolescentes pueden pasar hasta 9 horas diarias en línea, de las cuales al menos el 30% es destinado para interacciones en redes sociales, 60% del tiempo desde su teléfono móvil”.



La formación de redes es una tendencia humana por su capacidad asociativa que le permitió sobrevivir. Para entender esta dinámica de influencia mutua, de colaboración y de encuentro por afinidades, aporta a la comprensión las teorías de los seis grados de separación y el de la de los tres grados de influencia, puede ser de utilidad para comprender un modelo de evangelización.

La primera teoría tiene como principio que todos los sujetos del planeta están unidos y únicamente son 6 grados (6 personas de contacto) lo que los separa. Está basado en las redes de amigos que cada cual tiene y los amigos de los amigos que se proyectan progresivamente, hasta alcanzar a cualquier individuo<sup>48</sup>.

Si cada persona conoce una media de otras 100 personas, y si esta centena trasmite mensajes a otros, se ira potenciando por 100 en cada red de amigos y se llegará fácilmente a miles y millones en poco tiempo.

Según esta teoría todos los seres humanos están interconectados por una red de amigos de amigos que puede llegar cubrir todo el planeta, la expresión

---

Ivette Gonzalez. "¿Cuánto tiempo de tu vida pasas en las redes sociales?". *Ilifebelt*. Abril 2017. Acceso el 09 de junio de 2017, <http://ilifebelt.com/cuanto-tiempo-vida-pasas-las-redes-sociales/2017/04/>

<sup>48</sup> "El año 1967 Stanley Milgram, a la sazón sociólogo en Harvard, llevó a la práctica un sencillo experimentos. Milgram solicitó a una serie de residentes en los estados de Kansas y Nebraska, al oeste de las grandes llanuras de los Estados Unidos de América, que intentaran establecer contacto, a través del correo postal, con un grupo de ciudadanos afincados en Boston, en el extremo noreste del país. Cada persona debía remitir una carta a un conocido que guardara, en su opinión, posibilidades de conocer al destinatario bostoriano o en su defecto a alguien que tuviera noticia suya, y así sucesivamente. La experiencia arrojó un promedio de cinco intermediarios antes de alcanzar el destino final de Boston, lo que quiere decir una distancia igual a seis. Posteriormente, Milgram reanudó el experimento con una ligera modificación. En este caso el destinatario y el emisor fueron escogidos entre miembros de distintas comunidades raciales, con la intuición de que el trayecto había de alargarse. Así no obstante, la distancia media fue otra vez igual a seis, dando pie a la hipótesis de los seis grados de separación o, si se prefiere, seis encajadas de manos entre dos individuos cualesquiera del planeta". Javier Ozón Gorrioz, "Grados seis de separación", *Universidad de Catalunya. Rama de Estudiantes del IEEE de Barcelona*. Acceso 09 de junio de 2016, <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9844/Article008.pdf>

popular “el mundo es un pañuelo” es una realidad en los estudios de Milgran, y más si se considera la aparición de las redes sociales. Según el estudio “Three and a half degrees of separation, Facebook research”<sup>49</sup>:

Our collective “degrees of separation” have shrunk over the past five years. In 2011, researchers at Cornell, the Università degli Studi di Milano, and Facebook computed the average across the 721 million people using the site then, and found that it was 3.74 [4,5]. Now, with twice as many people using the site, we’ve grown more interconnected, thus shortening the distance between any two people in the world.

Calculating this number across billions of people and hundreds of billions of friendship connections is challenging; we use statistical techniques described below to precisely estimate distance based on de-identified, aggregate data.

The majority of the people on Facebook have averages between 2.9 and 4.2 degrees of separation. Figure 1 (below) shows the distribution of averages for each person.

Según la otra teoría, la de “tres grados de influencia”, se muestra cómo las personas influyen con sus acciones, gustos, sentimientos, decisiones, relaciones afectivas, enfermedades, hábitos de consumo y otros aspectos de la vida diaria a amigos de amigos de amigos. Esta teoría postulada por Christakis y Fowler <sup>50</sup>describe el “efecto de contagio” que se puede tener sobre el círculo de relaciones de cada individuo; esto se aplica también a las redes sociales virtuales.

---

<sup>49</sup> Smriti Bhagat, Moira Burke, Carlos Diuk, Ismail Onur Filiz, Sergey Edunov. “Three and a half degrees of separation, Facebook research”. Acceso 04 de febrero de 2016, <https://research.fb.com/three-and-a-half-degrees-of-separation/>

<sup>50</sup> Eduardo Punset. “Redes Psicología – Poder de las redes sociales” Entrevista a James Fowler. Acceso 08 de octubre de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=o7kLfHpySek>

Siguiendo con las características de la conectividad a parte, y que la red es influenciada sobre sus participantes, se agrega que este contacto acontece en la inmediatez; citando a Ilustra Beatriz Muros <sup>51</sup> se describe que:

Las categorías tiempo y espacio tradicionalmente entendidas carecen de sentido en un sistema de comunicación donde la inmediatez y el consumo rápido priman por encima del sujeto. Todo el mundo se conecta o desconecta en función de unas ganas y unas necesidades... Sí, ganas enfatizando en la momentaneidad de entender que no existen consecuencias duraderas más allá de las que me marca tener conectado el ordenador...No existen compromisos y por tanto abandonar dichos contactos no provoca ningún tipo de sentimiento de pérdida. Sería algo así como: no he invertido nada, tampoco pierdo nada.

La comunicación en esta conectividad se realiza en unidades de comunicación cada vez más pequeñas, sea por microblogging<sup>52</sup>, imágenes de video, emoticones<sup>53</sup> o pequeños mensajes de voz o transmisiones en vivo que le

---

<sup>51</sup> Beatriz Muros, "El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online", Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado, 14 (2), (2011): 53, en [http://www.aufop.com/aufop/uploaded\\_files/articulos/1311954432.pdf](http://www.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1311954432.pdf)

<sup>52</sup> "Microblogging es la práctica de publicar pequeños fragmentos de contenidos digitales (puede ser texto, imágenes, enlaces, vídeos cortos u otros medios de comunicación en Internet. Microblogging o nanoblogging ofrece un modo de comunicación que para muchos es orgánica, espontánea y captura la imaginación del público. Lo utilizan amigos para mantenerse en contacto, socios de negocios para coordinar las reuniones o compartir recursos útiles, y las celebridades y políticos para las fechas de sus conciertos, conferencias, lanzamientos de libros u horarios de viajes. Una amplia y creciente gama de herramientas adicionales permite actualizaciones complejas y la interacción con otras aplicaciones, y la profusión resultante de la funcionalidad está ayudando a definir nuevas posibilidades para este tipo de comunicación" Conceptos Redes Sociales. "Microblogging". Acceso 12 de mayo de 2016, <https://conceptos-redes-sociales.wikispaces.com/Microblogging>.

<sup>53</sup> "El término emoticono o emoticón, también llamado icono gestual o careto, proviene del inglés *emoticon* (*smiley*), que deriva de los vocablos *emotion*, que significa emoción, e *icon*, que significa icono, símbolo o representación gráfica. Un emoticono es un dibujo de una cara humana (girada de lado, por defecto) hecho con puntos, guiones y otros símbolos del lenguaje para representar diferentes estados de ánimo y expresar emociones con sus expresiones faciales" Significados. "Significado de Emoticono". Acceso 14 de marzo de 2016, <https://www.significados.com/emoticono/>

permiten al usuario participar de esta red y aumentar el número de amigos<sup>54</sup> o seguidores. Se construye una identidad en la Red que en ocasiones es una modificación de la propia realidad a una serie de personalidades digitales para ganar la atención del consumidor afectivo al otro lado de la pantalla; frente a esta identidad García<sup>55</sup> aporta:

En las redes sociales se puede poseer o preocuparse por adquirir características referentes a un famoso o una celebridad, tales como la importancia que los sujetos le otorgan al cuidado de la imagen y a la reputación en todos los ámbitos, así como su estrecha relación con el registro y la publicación de sus fotografías en múltiples escenas de interacción social. Y asimismo como los músicos, modelos, actores y deportistas, obtienen fama como consecuencia de la aceptación, y a veces hasta rechazo, por parte de su público o fans, y aparecen en Internet convirtiéndose en noticia; los usuarios de Facebook aumentan las posibilidades de ser comentados por otros usuarios de su red, ya sea por aprobación o desencanto de sus acciones o pensamientos, o por ser encontrados en la red de redes con solo escribir su nombre. Como primera medida, cualquiera que deje en sus opciones de privacidad, aceptar ser buscado en Google, aparecerá con solo escribir su nombre y dar un clic, lo que significa que cualquier persona podría dejar un rastro en la Web. Del mismo modo, los individuos pueden ser identificados potencialmente en plataformas de comunicación, en mayor medida por el número de “amigos” que tengan, o por la cantidad o calidad de actividades que realicen en estas.

---

<sup>54</sup> There is some evidence to suggest that one of the motivations for using social media among teenagers is to extend their range of social contacts. Indeed, it has specifically been claimed that those who are more socially competent use social media to expand their network of friendships, thereby increasing their social capital. However, young children, and to some extent teenagers, are relatively poor at judging relationship quality: very young children, for example, commonly mistake a desire to form friendships on their part with the assumption that such friendships are reciprocated. Adults tend to be more attuned to the nuances in different types of relationship and are less prone to signing up to ‘friending’ requests without considering the nature of the relationship involved”. Robin Dubar, “Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks?” The Royal Society open Science. Acceso 22 de mayo de 2014) <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/3/1/150292>

<sup>55</sup> Katheryne García Ibarra, “Construcción de la identidad de los estudiantes javerianos en Facebook”. (Tesis de grado: Universidad Javeriana, 2010), 50.

Esta identidad digital, a través de un yo interactivo puede también traer dificultades cuando el sujeto no diferencia entre el yo real y la identidad que ha creado en redes sociales. A ese “yo interactivo”, lo describe Delgado con los siguientes características<sup>56</sup>:

-Aumento de la autoestima. Las personas hallan en los ambientes interactivos una "vida alternativa" que generalmente les da más placer que el intercambio social no virtual, se sienten más seguros y satisfechos consigo mismos por lo cual su autoestima aumenta artificialmente.

-Sensación de control omnipotente y poderío. La persona comienza a creer que "sólo en Internet es el mismo"; encuentra en la red mejores posibilidades de intercambio social en tanto puede cambiar su yo según los entornos virtuales que visite. De esta forma comienza a creer que tiene todo el control sobre su medio, cuando verdaderamente solo alcanza un control muy pobre basado en las mentiras que despliega en su entorno virtual.

-Aumenta la frustración con el retorno real. Las personas intentan estar cada vez más tiempo en la realidad virtual porque su vida real se vuelve intolerable ya que sienten que solo son competentes en el mundo de la red.

-Pérdida paulatina del contacto y el interés por la realidad. La persona, en la misma medida en que aumenta las horas delante del ordenador, va perdiendo el contacto consigo mismo y con la realidad que le rodea en tanto en su mundo real solo halla la satisfacción de sus necesidades más básicas como comer o dormir mientras que el mundo virtual le ofrece la satisfacción de sus necesidades de orden superior: se siente aceptado y comprendido.

-Distorsión de la autoimagen. En la creación de un “Yo virtual” la persona poco a poco va excluyendo sus peculiaridades para recrear otras características individuales que despliega en la red.

Otra de las características del estar conectados es la vigilancia de sus redes y la información que comparte. La creencia popular que internet es gratis<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Jennifer Delgado. El “yo interactivo”: un trastorno provocado por internet, enero de 2010. Acceso 02 de febrero de 2015, <http://www.rinconpsicologia.com/2010/01/el-yo-interactivo-un-trastorno.html>

<sup>57</sup> Se recomienda ver el siguiente enlace sobre el precio de lo gratuito que nos muestra como los usuarios están siendo instrumentalizados y despojados de su información personal. Documental

desconoce la manipulación y la red de información que se encuentra detrás de los procesos de inscripción a los programas, la descarga de aplicaciones y el envío de correos electrónicos. Al no poder privatizar internet, las empresas encontraron nuevas formas de hacer negocios con los usuarios y esto es principalmente vendiendo los datos personales y las tendencias de consumo a las compañías para que los destinatarios sean objeto del bombardeo de propagandas y ofertas; aún más agresivo se vuelve este intento cuando al aceptar las condiciones de pertenencia a una red social, toda la información depositada deja de pertenecerle, incluyendo los datos, los fotos “privadas” y sus conversaciones. Ese acceso a la información puede traer como consecuencia la pérdida de la intimidad.

Se evidencia la falta de políticas fuertes que defiendan la intimidad de los usuarios en la Red; lo que lleva a una pérdida de control sobre su información privada, el rastreo de actividades y la posesión sobre sus producciones. Castro<sup>58</sup> lo señala de la siguiente manera:

En el contexto colombiano, preocupa la exposición de la vida privada en las redes sociales virtuales y las consecuencias que esto conlleva, pues se camina sobre una línea muy delgada entre el derecho a la intimidad, la honra y la propia imagen y la libertad de expresión, derechos vulnerados a diario en Internet. Esto se debe a la facilidad que los avances tecnológicos ofrecen para la publicación de datos e imágenes personales, incluso sin autorización de sus titulares, con lo que se abusa de la intimidad personal y familiar. Se han hecho algunos avances normativos respecto a las leyes de protección de datos personales y delitos contemplados en la ley penal; sin embargo, siguen siendo insuficientes y no se cuenta con las garantías necesarias para reparar integralmente los daños morales y económicos ocasionados.

---

realizado por la BBC, “La Revolución virtual- El precio de lo gratuito”. Acceso 12 de mayo de 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=9CghMhaNdZI>

<sup>58</sup> Ángela María Castro, “Derecho a intimidad en las redes sociales de Internet en Colombia”, NOVUM JUS 10 (enero- junio 2016):131 -132.

Las políticas relacionadas con términos y condiciones que proponen las redes sociales dejan en desventaja al usuario, pues a pesar de que este es el creador del contenido, transfiere el derecho de propiedad sobre la información que publica, por lo que las imágenes y los videos de su autoría ya no le pertenecen y el uso comercial o delictivo que otro pueda darles deja a la intimidad personal y familiar en manos de un tercero. Por esto, es necesario tener claridad acerca de los usos y las prácticas sanas que deben hacer los usuarios en estas redes y conocer cómo, desde la costumbre o los instrumentos jurídicos, han sorteado en otros países los casos en los que se ha vulnerado el derecho a la intimidad y analizar la eficacia de las acciones jurídicas en un entorno virtual llamado Internet.

Se sospecha de la vigilancia permanente tanto por parte de empresas, como por gobiernos, y por investigadores de mercado; a la larga resulta en un proceso de cosificación y mercantilización de la vida de las personas. La vigilancia también se da a otra escala y es la posibilidad de ser vigilados por terceros o personas del círculo que monitorean toda la actividad de la persona objeto de información. Otra dificultad de esta exposición pública es que puede ser utilizada por los delincuentes para producir daños morales, económicos o patrimoniales<sup>59</sup>.

## **1.6. CARACTERÍSTICAS DE FACEBOOK.**

La Red Social Facebook<sup>60</sup> que comenzó para algunos como un juego de jóvenes para intercambiar fotografías y perfiles, se ha convertido en un fenómeno

---

<sup>59</sup> De forma pedagógica se muestran los peligros de la vigilancia externa. Jefatura del Gabinete de Ministros. Presidencia de la Nación de Argentina, "Del otro lado del clic", Acceso el 12 de diciembre de 2014 , <https://www.youtube.com/watch?v=15eNnfBL42A>

<sup>60</sup> Para ampliar la información sobre Facebook y su utilización consultar los siguientes enlaces:  
-Características del Facebook: <https://www.youtube.com/watch?v=srAhbQRYhG0>  
-Tutorial de Facebook: <https://www.youtube.com/watch?v=g59LMjrZAw8>

que ha transformado Internet y que representa la mejor expresión del WEB 2.0. Los efectos de esta red social se pueden notar en el establecimiento de nuevas relaciones, la exposición pública de la vida privada, la comercialización de productos, la utilización en comercio, el aumento del riesgo del delito, la movilización a favor de causas sociales, la libertad de expresión y en último término en potenciar todo lo noble y todo lo destructivo del corazón humano. Más que una plataforma tecnológica es una actitud de querer crear una red de “amigos” y “socios”.

La red social Facebook, en proporción “poblacional” se constituye en el “tercer país” más poblado del mundo. Este hecho no puede desconocerse por su potencial de influencia económica, ideológica y de movilización<sup>61</sup>. Estadísticas de Facebook en el informe “Digital in 2017 Global Overview. A Collection of Internet, social media, and mobile data around the world” así lo demuestran<sup>62</sup>:

---

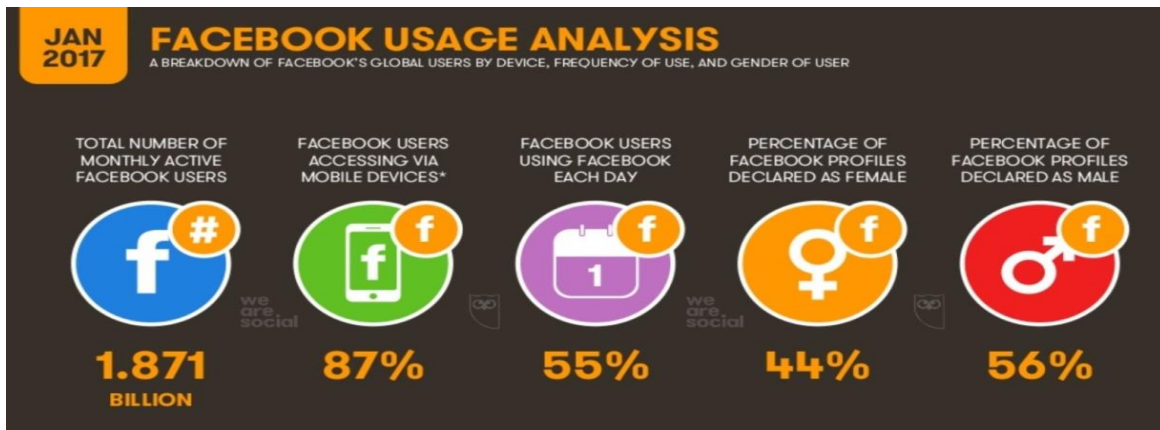
-Fabrikazioaren Zentro Aurretatua. Manual sobre Facebook: redes sociales para usuario y para empresa.<http://www.imh.eus/es/comunicacion/dokumentazio-irekia/manuales/manual-facebook-redes-sociales-para-usuario-y-para-empresa>

<sup>61</sup> Algunos datos de interés “Uno de cada 13 habitantes del planeta tiene cuenta en Facebook. Los usuarios de más de 35 años representan más del 30% Cada 20 minutos: 1.000.000 links son compartidos.1.484.000 invitaciones a eventos son compartidas. 1.323.000 de fotos son etiquetadas.1.851.000 mensajes de estado son publicados. Se aceptan 1.972 millones de solicitudes de amistad. 2.716.000 fotos son subidas 2.716.00 mensajes a través de Facebook 10,2 millones de comentarios.1.587.000 mensajes en el muro. Cada mes se comparten en Facebook más de 30.000 millones de piezas de contenido (links, noticias, entradas en blogs, notas, álbumes de fotos, etc.). Facebook está disponible en más de 70 idiomas. Más de 300.000 usuarios ayudaron a crear las diferentes versiones lingüísticas de Facebook con la ayuda de una herramienta de traducción. Taringa “Facebook Beneficios y Consecuencias y 25 Cosas que no sabías” Acceso 09 julio 2016, <https://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/15590129/Facebook-Beneficios-yConsecuencias-y-25-Cosas-que-no-sabias.html>.

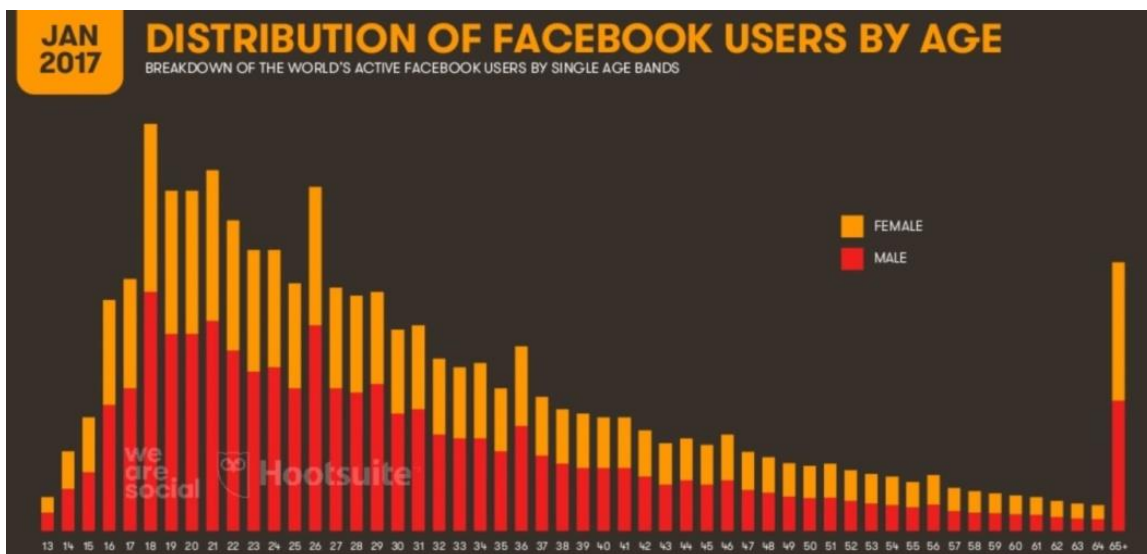
<sup>62</sup> We are Social 2017 “Digital in 2017 Global Overview. A Collection of Internet, social media, and mobile data around the world”, en Colaboración con Hootsuite sobre estadísticas, análisis y tendencias digitales”. Acceso 03 abril de 2016, <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>



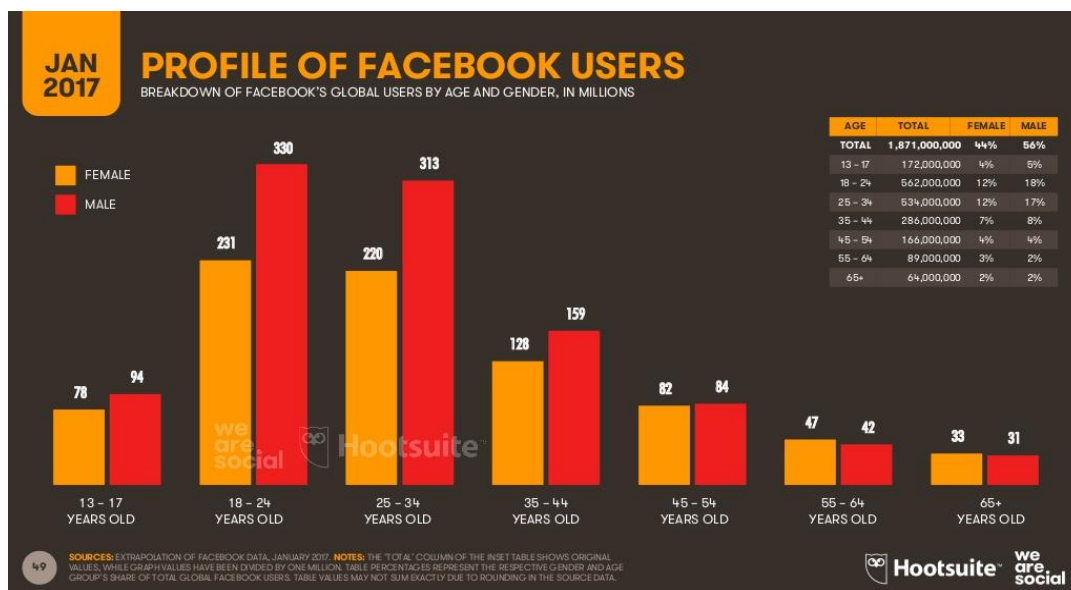
Analisis de usuarios de Facebook:



Distribución de usuarios por edad



## Perfiles de los usuarios de Facebook:



Fuente figura

Las redes, y en particular Facebook, se han convertido en una vitrina para mostrar, vender o negociar a partir de la propia imagen. La presión social ejerce una gran influencia impulsando a competir por mostrarse más “feliz, exitoso y hermoso” que los demás; esto produce dependencia a la aprobación de los otros, y algunos llegan a mentir, alterar, suplantar y en muchas ocasiones erotizar las propias imágenes compartidas.

Se crean en ocasiones versiones alternas de sí mismo para ocultar su personalidad pública y entrar a través del anonimato o el ocultamiento a acceder a intereses, grupos o actividades que serían objeto de censura en otros escenarios. Así mismo los usuarios en red, aún conscientes que la información ofrecida puede ser falsa o alterada, se abren a la confianza y al afecto, situaciones que permiten confiar en un “extraño” con el cual se llegan a establecer relaciones profundas que en ocasiones terminan en enamoramiento y hasta en matrimonio. Parece que la

frustración o descontento de las relaciones de la vida cotidiana, lleva a los usuarios de las redes sociales a suplir sus necesidades afectivas con “otros” u “otras” que se convierten en confidentes y en cómplices, creando así realidades paralelas a su vida de cada día.

Las personas parecen sentirse seguras, blindadas en sus casas o móviles y piensan que pueden “controlar” las situaciones afectivas y en ocasiones se han encontrado en situaciones de riesgo, de rupturas, de progresiva dependencia y cuando se conocen personalmente se cae en la frustración de conocer al otro como sujeto “real” con sus miedos, temores, dudas y limitaciones.

El cuidado o autopromoción de la imagen puede llevar al narcisismo y la vanidad; de este fenómeno Delgado<sup>63</sup> hace el siguiente análisis:

Mientras más las personas revisan y actualizan su perfil en Facebook, más alto puntúan en la escala de narcisismo. No obstante, existen algunos detalles interesantes que demuestran algunas diferencias de género: las mujeres que desean autopromocionarse tienden a optar por fotos llamativas y adornadas que resalten su apariencia física mientras que los hombres intentan hacer lo mismo, pero focalizándose en la descripción, donde resaltan cuán inteligentes e ingeniosos son.

La conexión entre narcisismo y cantidad de veces que se revisa y actualiza el perfil de Facebook podría parecerle demasiado evidente a muchos, pero otro resultado aún más curioso emergió: las personas con muy baja autoestima también son aquellas que revisan con más frecuencia su página de Facebook. Obviamente, en este punto a algunas personas les será difícil comprender las relaciones entre narcisismo y baja autoestima ya que en el imaginario popular se ha correlacionado el narcisismo con una autoestima alta. Una explicación interesante proviene de Bossom, quien afirma que

---

<sup>63</sup> Jennifer Delgado, “Psicología del Facebook: Dime cuántas veces actualizas tu perfil y te diré quién eres. Marzo de 2011. Acceso abril de 2015, <http://www.rinconpsicologia.com/2011/03/psicologia-del-facebook-dime-cuantas.html>

realmente el narcisismo sería una máscara para esconder una baja autoestima.

Facebook ofrece la oportunidad de encontrarse con amigos y familiares cercanos o con conocidos en alguna otra parte del país o del mundo. De igual manera permite el encuentro (recuento) con amigos del colegio, de la universidad, del trabajo, del sitio de nacimiento, antiguas parejas y familiares lejanos. Existe también la posibilidad de hacerse amigo de los amigos, pertenecer a grupos de interés, o contactarse con extraños. Es una gran oportunidad de consolidar una red de contactos y hasta un sequito de seguidores<sup>64</sup>.

Una de las tendencias en las que caen particularmente los adolescentes es el competir unos con otros por el mayor número de amigos. Esto trae, como consecuencia, que dentro de la red de amigos de amigos o desconocidos, la persona puede incorporar sujetos peligrosos abusadores o acosadores<sup>65</sup>.

---

<sup>64</sup> "Facebook's appeal is rooted in the power to control self-representation, "creating and operating our own little world" . This leads to the first problem: control is vital to well-being, but too much control has the same effect as too little, a sense of being isolated, overloaded and overwhelmed. Hyperconnection is the experience of having too much control, too many choices, too many links to maintain. The second problem is equally serious: a transformed understanding of friendship. Each user is constantly surrounded by an audience, an "invisible entourage," awaiting their next performance of self-revelation. Facebook homogenizes this audience, blurring boundaries between public and private and between different social contexts. Privacy and authority are confused when children and parents, employees and bosses become "friends." Peer and romantic relationships become harder to define. Time management and the self are blurred by a new kind of "tethered self," permanently connected. "The voices" of our invisible entourage can drown out the sound of our own hearts" , stunt our independence, and blind us to our surroundings... "almost as though were living an out-of-body experience" Jesse Rice, " The Church of Facebook: How the Huperconnected Are Redefining Comunity" Citado por Tim Hutchings en Network Theology, Christian Understandings of New Media. *Journal of Religion, Media and Digital Culture* (2012): 3.

<sup>65</sup> Recomendado el Video. Pantallas amigas, "privacidad y ciberacoso en redes sociales: limita tus contactos". Acceso 12 de julio de 2013, [https://www.youtube.com/watch?v=\\_5FdtwlpL-M](https://www.youtube.com/watch?v=_5FdtwlpL-M)

Otro plano de la competencia es el número de “likes” (me gusta) que la persona pueda obtener, produciendo una progresiva erotización de sus fotos, el inventar situaciones ficticias de viajes o eventos, el registrar visitas a sitios donde nunca se ha estado o el de compartir imágenes en situaciones bochornosas, escandalosas o de riesgo.

Estos son los peligros más comunes de recibir extraños en la red de amigos de Facebook. Los peligros de lo anterior lo describe Alvarado<sup>66</sup> de la siguiente manera:

- Correr el riesgo de que el perfil enviado en la invitación sea falso. Ya que “La mayoría de los perfiles que buscan extraer información de las personas para cometer un delito, son falsos. Rara vez alguien ocupa un perfil verdadero para acosar o agredir a otra persona”.

- El extraño puede conocer todos los movimientos del usuario. En las redes sociales “cualquiera sabe qué lugares frecuentas y con qué personas. Por otro lado, si se sale de viaje y se publica, puede el delincuente asumir que no hay nadie en la casa y que es un buen momento para cometer un robo”.

-Se puede ser víctima de acoso si se chatea con extraños. Se registra que “muchas personas han sido víctimas de acoso al aceptar gente desconocida confiando en que la conocen, pero no la recuerdan, este es un truco común entre delincuentes. Los abusadores aprovechan toda la información que descuidadamente se muestre en las redes.

- Se puede poner en riesgo a los familiares y amigos. Tener cuidado pues “muchas veces agregamos extraños a nuestras redes sociales porque al tener muchos amigos en común, pensamos que podemos conocerlos de algún lugar. Cuando agregamos desconocidos, contribuimos a que nuestros amigos o familiares los acepten de igual forma pensando lo mismo”.

---

<sup>66</sup> Adriana Alvarado, “¿Por qué jamás debes agregar desconocidos a Facebook?” *Fratela*. Acceso 10 junio 2015, <http://fratela.com/por-que-jamas-debes-agregar-desconocidos-a-facebook/>

La exposición en Facebook ofrece la oportunidad de compartir la vida en sus momentos de alegría, de tristeza, de éxitos y de dolor, es un diario digital que registra la existencia. Pero también los usuarios en las redes exponen cada día más su intimidad. Se pierden los espacios privados y se publica información personal y de terceros.

La exposición pública de ideas o imágenes sin la debida prudencia y control puede traer consecuencias a la vida personal, profesional y de familia. Las personas piensan que por publicar en su página o colocar los filtros, su información no va a llegar a externos, diferentes de sus destinatarios iniciales. Se debe recordar que todas las imágenes y comentarios tienen permanencia en la red<sup>67</sup>.

Acerca de la exposición, Sabater afirma<sup>68</sup>:

En estos círculos, el que más sobresale es el que comparte más información interesante para el resto. Los límites de lo que una persona está dispuesta a compartir han cambiado, tanto en sus contenidos, como en las compañías y en los espacios. La “sociedad de la ubicuidad” favorece el intercambio fluido y constante de la información que, en muchas ocasiones, adquiere un contenido personal privado, acentuado por la inmersión en la inmediatez del momento presente y en la activación de la presencia virtual continua de otras personas. Las TIC representan el soporte de esta exhibición de contenidos asociados a la vida privada. Son la vía que facilita el acceso que, hasta hace poco tiempo, representaba únicamente una decisión personal de revelación o de ocultamiento con fronteras específicas de separación entre tiempos, espacios y compañías.

---

<sup>67</sup> Se recomienda ver el video. Documental Odisea, “víctimas del Facebook”. Acceso 20 de noviembre de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=Isi2s3jjz0Y>

<sup>68</sup> Carmen Sabater. “La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en Internet” *Aposta Revista de Ciencias Sociales*. 61 (Abril-Junio 2014): 4, . <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/csabater.pdf>

Entre las formas de exposición se encuentran las selfies<sup>69</sup> en las cuales el usuario se toma un autorretrato y lo pública. Es una práctica común en Facebook<sup>70</sup> y parece tener el objetivo de resaltar la propia imagen y ser más popular; algunos por tomarse una selfie arriesgan hasta la vida<sup>71</sup>. Según el estudio Selfiecity una de sus conclusiones es que “más mujeres que hombres se hacen selfies, pero para las personas mayores de 30 se invierte la tendencia, con más hombres haciéndose autofotos”<sup>72</sup>.

Parece que entre muchos de los los usuarios se tiene la necesidad de comunicar todo, aun información que parecería no tener significancia. La abundancia de datos comunicados no significa de manera automática que haya

---

<sup>69</sup> “Un selfie es un autorretrato o una autofoto que se suele tomar con una cámara digital, una webcam o la cámara de un *smartphone*, a menudo con la intención de compartir esa imagen en las redes sociales. La modalidad de *selfie* más conocida es aquella en la que una persona sostiene el dispositivo y saca una fotografía de sí mismo, aunque, en los últimos tiempos, ha ganado terreno el “*selfie* de grupo”, es decir, aquel autorretrato que incluye un conjunto de gente”. Sandra Fernández Moreno, “¿Qué es un selfie? Significado y cómo hacerlos” 02 septiembre 2017. Acceso octubre 2017, <http://www.valortop.com/blog/que-es-un-selfie>.

<sup>70</sup> “Algunos datos de Selfies: 1 millón de selfies al día son compartidas en redes. 30% de las fotos son tomadas por usuarios de entre 18 y 24 años. 23,7 años es la edad promedio de los “fotógrafos de selfies”. 14% de las selfies tienen retoque digital. 36% de los usuarios admite haber retocado fotos antes de compartirlas: los hombres, dos veces más que las mujeres” BBC, “Mundo.la locura de los selfies, en números”. Acceso 16 de mayo de 2016, [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150807\\_finde\\_selfies\\_estadisticas\\_lb](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150807_finde_selfies_estadisticas_lb).

<sup>71</sup> “Según la página omicrono, Zachary Crockett se ha dedicado a analizar todas las noticias de accidentes y muertes causadas por selfies durante los últimos 3 años (2014) en todo el mundo, de manera que ha recopilado y creado estadísticas sobre patrones y causas más comunes. En total, desde 2014 ha habido un TOTAL DE 49 personas que han muerto en el momento de hacerse un selfie o autofoto, siendo la edad más común 21 años y el 79% eran hombres”. Omicrono, “Las muertes por selfies, en cifras”. Acceso 20 de 4 septiembre 2015, <http://omicrono.elespanol.com/2016/02/las-muertes-por-selfie-en-cifras/>

<sup>72</sup>Selfiecity. “Estadísticas”. Acceso 10 de diciembre de 2016. [https://www.youtube.com/watch?v=1zhPlu\\_Sxcg](https://www.youtube.com/watch?v=1zhPlu_Sxcg)

mejorado la comunicación, las relaciones o el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

La dificultad se presenta cuando la comunidad virtual comienza a aislar a los sujetos que no tienen información interesante que compartir, creando nuevas soledades, discriminaciones y frustraciones. En ocasiones se miente (un asunto moral) y se produce información superficial, inútil, inventada o exagerada y si no se logra satisfacer a la red de amigos se puede llegar a estados de depresión; Da Silva lo describe así<sup>73</sup>:

O quarto distúrbio, Depressão de Facebook, é o transtorno depressivo ocasionado pelas interações sociais ou pela falta destas, nas redes sociais, em especial, no Facebook. Um estudo da Universidade de Michigan aponta que os casos de depressão entre os jovens estão diretamente ligados ao tempo que estes permanecem conectados no Facebook. Uma das razões levantadas para isso é que quase todos os nativos digitais costumam postar em seus perfis somente o lado bom de suas vidas, fotos bonitas em belos lugares, dando a impressão que todos são bem-sucedidos e seu cotidiano perfeito e empolgante. Então, o jovem olha para sua própria realidade e se sente inferior ou infeliz.

O Transtorno de Dependência da Internet é a vontade constante de acessar a rede, gerando seu uso excessivo que acaba por interferir negativamente no dia-a-dia do internauta. Não é um distúrbio em si mesmo, mas um sintoma para problemas mais graves como TOC (Transtorno Obsessivo Compulsivo), DDA (Distúrbio de Déficit de Atenção) e ansiedade social. As formas de vício cibernético também estão associadas à baixa autoestima, à baixa autossuficiência e a habilidades ruins.

En este espacio de exposición, se publican mensajes, fotos y comentarios con sentimientos de amor, de amistad, de positivismo, de alegrías, pero también de

---

<sup>73</sup> Aline Amaro Da Silva "CIBERGRAÇA: Fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede" (Tesis maestría, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015):59.



rencor, la rabia, la violencia, la desilusión, el fracaso, el miedo, la desesperación por la cotidianidad, el dolor por rupturas de pareja que son difíciles de superar<sup>74</sup> y el duelo por la partida de seres queridos<sup>75</sup>.

El tiempo que se pase conectado no significa calidad en las relaciones como lo señala el artículo *La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la depresión y la Falta de Habilidades Sociales*<sup>76</sup>:

Cabe recalcar que el hecho de pasar más tiempo dentro de las redes sociales (como Facebook), no significa que las personas aumenten su interacción social, ni su autoestima y ni que obtengan mayor satisfacción en sus relaciones, pues el elemento esencial de la socialización y del proceso de

---

<sup>74</sup> “Taken together, these findings suggest that continued online exposure to an ex-romantic partner may inhibit postbreakup recovery and growth, even after accounting for the contribution of offline exposure and well-established personality and relational predictors. Notably, frequent monitoring of an ex-partner’s Facebook page and list of friends, even when one was not a Facebook friend of the ex-partner, was associated with greater current distress over the breakup, negative feelings, sexual desire, longing for the ex-partner, and lower personal growth. These findings mirrored the correlates of offline contact, which was associated with greater current distress, sexual desire, and longing for the ex-partner, consistent with previous research.<sup>10</sup> Facebook surveillance, therefore, accounted for aspects of postbreakup adjustment—negative feelings toward the ex-partner and lower personal growth—that offline contact did not. Importantly, these findings suggest that weak-tie contact with an ex-partner through Facebook contributed to poorer postbreakup functioning over and above strong-tie contact. Consistent with the view that weak-tie contact can supply information beyond strong-tie contact, <sup>12</sup> Facebook may furnish information about an ex-partner that only intensifies heartbreak, such as news that the former partner is involved in a new relationship”. Tara Marshall “Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking” *Department of Psychology, School of Social Sciences, Brunel University, Uxbridge, United Kingdom*. Acceso 19 de septiembre de 2004, <http://online.liebertpub.com/doi/full/10.1089/cyber.2012.0125>

<sup>75</sup> “Al acudir a algunos perfiles de difuntos en la plataforma de Facebook, se evidencia que los múltiples sentimientos generados ante una pérdida pueden ser expresados pública y libremente, es decir, que actualmente Facebook se ha configurado como un espacio para expresar abiertamente los sentimientos, pensamientos, etc. al igual que anteriormente se hacía en los libros fúnebres, pero obteniendo cambios en las constantes de tiempo con que las expresiones se llevan a cabo, las cuales pueden llegar a ser prolongadas incluso por años. Finalmente, es relevante preguntarse sobre los factores que han hecho que la gente recurra a Facebook como un espacio para llevar a cabo acciones para expresarse, relacionarse y movilizarse socialmente, ante la pérdida”. Jessica Alarcón, Elizabeth López, “Facebook como uno de los espacios de interacción entr individuos a parte de la muerte” (Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, 2013): 5, <http://hdl.handle.net/10554/15679>

<sup>76</sup> María Fernanda Herrera, María Paula Pacheco, Joaquin Palomar, Daniela Zavala. “La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la depresión y la Falta de Habilidades Sociales”. *Psicología Iberoamericana*: 18 (Enero- julio 2010): 16. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

comunicación se encuentra en la calidad de las interacciones del sujeto, así como en su personalidad y en la capacidad que tiene para captar la del otro...Esto se debe a que puede estar relacionada con los efectos desinhibitorios; es decir, que si una persona tiene una opinión baja de sí misma y encuentra dificultades para socializar por su timidez o falta de autoestima, puede usar Internet como una alternativa de socialización para lograr abrirse y ganar confianza sin tener que interactuar cara a cara (Niemz, et al., 2005).

El anonimato se convierte en un escenario perfecto para el cambio de identidad; algunos piensan que esta situación los autoriza para expresar las peores dimensiones del ser humano en violencia, abuso y mentira. A la vez es un fenómeno muy interesante, constatar que las personas utilizan “avatares” (personificaciones digitales) para expresar alguna de sus dimensiones vitales, afectivas o de personalidad que no las quieren o no las pueden expresar en el mundo fuera de la red. Se encuentran, de igual manera, personas que intentan vivir la experiencia de ser popular, usurpando identidades, sin embargo, los más peligrosos son aquellos que intencionalmente cambian sus identidades con el fin de cometer ciber-delitos.

Exponer los perfiles ocasiona al igual que los afectos una serie de odios, ataques, y procesos de venganza, que en ocasiones se ocultan detrás del anonimato. Es así, que a nivel político y empresarial, se tienen departamentos de mercadeo dedicado a inflar la imagen y a destruir la de los opositores con falsa información, calumnias, rumores, o ataques a su intimidad a través de suplantación de usuarios. También se puede suscitar la envidia<sup>77</sup> por los logros, triunfos o imagen de otros usuarios de la misma red.

---

<sup>77</sup> While providers cannot impact general propensity to envy, which is a deeplyrooted personality characteristic, they can reduce users' exposure to particular content, thereby reducing “episodic

Frente a una sensación de anarquía y abuso de la información en redes sociales, la comunidad de usuarios se pregunta sobre una “NET-ética”, que regule la convivencia entre los miembros de la comunidad. Es aquí donde los valores ciudadanos y religiosos (morales) vuelven a tomar relevancia en principios como el pudor, el autocuidado, el decir la verdad, el evitar la calumnia, el respetar profundo, el ser modesto, evitar la vanidad, renunciar a todo tipo de violencia, el no abusar de ninguna manera de los más pequeños y vulnerables, el no robar, el proteger la dignidad y de amar al otro como a si mismo.

Aunque existen los informes de reporte y la exclusión que hacen las redes sociales, pero que al final son vulneradas ya que solo basta que el usuario cree un nuevo perfil. Otra es la sanción que los mismos miembros realizan, en los cuales se bloquea a los participantes cuando estos presentan contenidos inapropiados. A nivel macro se intentan legislaciones nacionales para el control de las redes sociales dentro del marco de los ciberdelitos. Parece ser que la única forma realmente

---

envy”, especially for those who are particularly likely to experience invidious emotions. For example, past research shows that users tend to envy those who are similar to them in terms of such characteristics as gender, age, cultural background and social status, since they provide a suitable reference group for self-evaluation. Hence, demographics can be used as criteria for information filtering by providers. Second, a series of experiments conducted by Hill et al. show that people tend to study information of others more attentively when envy is involved. Hence, analysis of log files may provide relevant insights into which friends may be triggering invidious reactions, which again can be used for filtering information presented to a user... Suggest that only domains of comparison a subject considers relevant can trigger envy. To identify these domains, past research can be drawn upon. For example, people in mid-thirties are more likely to envy family happiness, while teenagers will be indifferent to this information. Similarly, women are more likely to envy physical attractiveness. Integrating these simple heuristics as part of information filtering mechanism can significantly reduce users’ exposure to envy-inducing information, leading them to perceive. Hanna Krasnova, Helena Wenninger, Thomas Widjaja, Peter Buxmann. “Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users’ Life Satisfaction?”, *Institute of Information Systems, Humboldt-Universität zu Berlin, Berlin, Germany*. 91. 22 de agosto de 2015. Acceso <http://www.ara.cat/2013/01/28/855594433.pdf?hash=b775840d43f9f93b7a9031449f809c388f34229> 1.

efectiva es la formación en valores y principios que se ve al interior del hogar y que se refleje en el mundo del internet.

Facebook es un espacio para manifestar el amor a los padres, a los amigos, a los familiares y hasta las mascotas. Es un espacio para encontrar amigos y también es posible conseguir una pareja. Es un espacio de interacción con relaciones que pueden llegar a ser muy profundas en su significado para la vida de las personas que participan en la Red. Es igualmente un espacio que hace sentir cercanos a las familias o parejas que están distantes en diversas regiones o países.

Por otra parte, llama la atención, que paradójicamente Facebook es una causa de ruptura de las relaciones de pareja<sup>78</sup>. Algunas personas consideran, de forma confundida, que el coqueteo o las relaciones virtuales no corresponden a infidelidad. Las personas parecen vivir vidas paralelas; las relaciones parecen ser más satisfactorias en la red que en la vida cotidiana, produciendo situaciones de

---

<sup>78</sup> “La palabra Facebook es la más recurrente a la hora de dar un motivo para divorciarse. De acuerdo con un estudio de la facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Nuevo León en México, el 30% de los usuarios de Facebook ha tenido problemas con sus parejas por mensajes o contactos con algunas personas, y por el hecho de que uno de los cónyuges le dedique ‘demasiado’ tiempo a esta actividad. Pero la investigación más reveladora ha sido la publicada recientemente por la revista *Cyber Psychology and Behaviour Journal*, que cita a la red social creada por Mark Zuckerberg en 2004, como la provocadora de 28 millones de separaciones en el mundo. El informe también establece que el 95% de los usuarios de Facebook buscó en algún momento a su expareja a través de la red social, lo cual generó reencuentros que, en algunos casos, llevaron a infidelidades y rupturas sentimentales. “Las parejas no estaban preparadas para que llegara una red social donde los usuarios empezaron a manifestarse con sus pasados o antecedentes y a encontrar nuevas posibilidades de relacionarse. Como se da con tanta facilidad, algunos se aprovechan para tener sus aventuras y al ponerse en evidencia terminan generando lesiones en las relaciones no virtuales”, asegura Víctor Solano Franco, comunicador social, consultor estratégico en comunicación y asesor de varias organizaciones nacionales e internacionales. Para el periodista Solano, consultado por El País, “Facebook facilita lo que se conoce psicológicamente como la alteridad, una especie de álter ego, que hace más posible tener nuevas relaciones”. Hay quienes tienen sus métodos para encubrir una aventura en la red social, como crear una nueva cuenta con una identidad ajena” El País.com, “Estudios revelan que Facebook ha provocado 28 millones de divorcios”, 31 de marzo de 2013. Acceso 25 de abril de 2016, <http://www.elpais.com.co/mundo/estudios-revelan-que-facebook-ha-provocado-28-millones-de-divorcios.html>

escapismo de las realidades de la vida común. Aparecen fronteras difusas en el tipo de relaciones afectivas con otros usuarios, entre los fenómenos (con sus correspondientes peligros) se encuentran la multiplicidad de parejas, la creación de falsos perfiles para ser atraer admiradores, la usurpación de identidades, el intercambio de material con contenido erótico, la oferta de servicios sexuales y la planeación de encuentros personales con usuarios fuera de la red. Los anteriores también son retos para pastorales de acompañamiento a esposos y parejas.

### **1.7. APORTES DEL MARKETING DIGITAL AL USO DE LAS REDES**

El Marketing, comprendido como “técnica cuyo propósito esencial es el de satisfacer las necesidades del cliente o consumidor, al mismo tiempo que genera rentabilidad para la empresa”<sup>79</sup>, ofrece algunas pistas para la construcción del modelo de evangelización ya que el éxito de una incursión en redes sociales está en conocer las dinámicas de consumo de las redes, el pensamiento de los destinatarios, las recomendaciones para el éxito en las estrategias implementadas, las tendencias de la oferta, las debilidades y conocer como funciona la competencia.

Se señalarán a continuación aportes del marketing digital desde la óptica de diferentes especialistas, y aunque se conserva el lenguaje comercial, se puede

---

<sup>79</sup> Miguel Angel Manene, “Marketing: introducción, concepto, evolución, definiciones y tipos” 20 de enero de 2012. Acceso 22 de abril de 2015.  
<http://www.luismiguelmanene.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/>

adaptar, en la medida que sea posible y coherente, a una atención pastoral evangelizadora, principalmente en Facebook.

Christine Suta<sup>80</sup> realiza las siguientes recomendaciones para mantener la atención, fidelidad, interacción con los usuarios en Facebook:

Mantener la conversación activa. Participar en la discusión, atendiendo a los clientes o comentarios de la marca en redes sociales, eso permite y promueve que las personas den sus puntos de vista, ideas o perspectivas.

No cerrar la discusión o la conversación de manera abrupta, buscar que fluya en forma positiva y enriquecedora. Las redes sociales son una continua conversación con la gente que interactúa con la marca.

Mostrar interés. Buscar involucrarse con tus seguidores/fans online tal como se estaría haciendo en persona. Mostrar interés en sus comentarios, interactuar de una forma educada, honesta y directa.

Recordar que se está tratando con personas. Una comunicación casual, un tono relajado y un pequeño toque de la personalidad que representa la marca (sin caer en lo desenfadado) pueden ser un buen camino para conectar con la audiencia quienes finalmente son seres humanos detrás de las cuentas de social media.

---

<sup>80</sup> Christine Suta. “¿Cómo convertirse en influenciadores en redes sociales”? Acceso 10 febrero de 2016, <https://www.merca20.com/convertirse-en-influenciador-en-redes-sociales/>

Ser diplomático. Algunas personas tienen la tendencia a decir online lo que nunca dirían cara a cara. No decir ni colocar nada que podría ser embarazoso. Practicar la amabilidad respetando las opiniones y comentarios de los demás. Compartir información valiosa. Proveer información que a la gente le sea útil.

Desde el marketing digital se recomienda detectar líderes dentro la red para que a la vez que consumen el producto, sean multiplicadores en la red, sea en los perfiles corporativos o en las páginas de los mismos; ésto es también aplicable los grupos. Son los llamados Prosumer, que en términos de marketing digital “describe a un tipo de usuario web que es consumidor de la marca pero que al mismo tiempo es generador de contenido en el blog de la empresa o, por ejemplo, en las redes sociales de la misma, siendo el prosumer un anglicismo que refiere a un consumidor que no se conforma con sólo consumir”<sup>81</sup>.

El Instituto Internacional Español de Marketing Digital, complementa:

*Las innovaciones del prosumer están fundamentadas en que décadas atrás, antes de la revolución comunicacional que el internet ha supuesto; los consumidores eran considerados pasivos, simplemente no se movían de la condición de espectadores de mensajes publicitarios que las empresas lanzaban al mercado.*

*Ahora, la opinión del usuario es mucho más activa en el proceso de creación de una marca, así como en su mejoramiento en el largo plazo, pues el prosumer es un usuario que cuenta con vasta información sobre las ofertas del mercado web, convirtiéndose en una fuente de datos valiosos que los expertos del marketing digital deben reconocer efectivamente y estimular a la participación dentro de los foros de conversación del blog o página que administran.*

---

<sup>81</sup> Instituto Internacional Español de Marketing Digital, “Que es prosumer”. Acceso 12 febrero de 2016, <https://iiemd.com/prosumer/que-es-prosumer>

Se requiera además encontrar los “influenciadores”, es decir aquellas personas cuya voz es reconocida, valorada y creíble ya que “generan información de productos, servicios o, gracias al fenómeno de las redes sociales, de cualquier tema de actualidad. Regularmente se especializan o hablan de un tema o categoría en específico y, por lo general, tienden a interactuar y a participar con otros usuarios compartiendo sus opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones”<sup>82</sup>. Es también importante ser un influenciador, ya que un evangelizador con una opinión creíble y reconocida tiene incidencia no únicamente en su red sino también en la sociedad puede apoyar en la formación de la opinión pública y la promoción de los valores.

Suta realiza las siguientes recomendaciones para tener un perfil de influenciador<sup>83</sup>:

Conocedor del nicho. Sea una marca, producto, servicio o a ti mismo, solo a través del tiempo, calidad de contenido y constancia, lograrás crear un perfil creíble y confiable.

Ser blogger, columnista en periódicos digitales o simplemente armar un repositorio de información premium y compartirla.

Hacer comparativos de productos y enviarlos a las diferentes redacciones de los periódicos que cubran el tema. Una idea muy útil es realizar una infografía y distribuirla.

Tener Habilidades interpersonales. Tener la capacidad de crear “una conexión” con las demás personas y desarrollar esa relación.

---

<sup>82</sup> Diccionario LID de Marketing Directo e interactivo, “Influenciadores”. Acceso 17 de mayo de 2016, <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/influenciadores>

<sup>83</sup> Christine Suta. “¿Cómo convertirse en influenciadores en redes sociales” ...



Usar un lenguaje persuasivo. Habilidades de Comunicación. Usa palabras y frases que convencen a la gente a tomar una acción particular, que desencadenen reacciones emocionales.

*Finalmente, Suta recomienda:*

Otro enfoque consiste en utilizar un lenguaje persuasivo racional, que exige que las palabras que se usan tengan un respaldo, para esto puedes colocar ideas o tips en las redes sociales añadiendo el link del artículo. Esta técnica la uso mucho cuando refiero artículos de interés, coloco las frases importantes y refiero el link del artículo completo como soporte.

Otra de las categorías que requiere tenerse en cuenta es “stakeholder” que identifica a “toda aquella persona u organización que tenga algún tipo de relación o interés sobre el proyecto, trabaje o no en él. Se pueden señalar los siguientes ejemplos de stakeholders<sup>84</sup>:

- Empresas y organizaciones. Un proyecto puede requerir certificados, aprobaciones, o permisos para ser ejecutado o poder realizar su actividad. Como ejemplos se tendría las alcaldías, organismos de regulación medioambiental, empresas de seguros, cuerpo de bomberos, etc.

- Usuarios. Personas que van a usar el producto resultante de nuestro proyecto, y que por tanto mostrarán su satisfacción o insatisfacción con este. Como ejemplo estarían los ciudadanos en un proyecto público.

- Afectados. Personas que sin estar directamente implicadas con el proyecto ni con el producto resultante, están afectadas por la ejecución de este. Como ejemplo podríamos indicar los vecinos que viven cerca del lugar de ejecución, grupos ciudadanos, etc.

- La propia organización que ejecuta el proyecto. Aquí no solo estarían los integrantes de equipo del proyecto, sino también sus supervisores, otros directores de proyectos, la dirección interna, etc.

Desde la aparición de la web 2.0, los usuarios son más activos, participando y retroalimentando dichas páginas, es por ello, que se recomendaría tener en cuenta

---

<sup>84</sup> Recursos Enproyectmanagement, “Identificación de los Stakeholders”. Acceso 12 de noviembre de 2016, <http://www.rekursosenprojectmanagement.com/identificacion-de-los-stakeholders/>

los siguientes aspectos con el fin de garantizar el éxito de la estrategia de posicionamiento de marca, según lo observado por Galviz Riso<sup>85</sup> es conveniente:

Tener claridad en la estrategia que se va a utilizar: estableciendo objetivos que sean claros y alcanzables y definiendo el mercado al cual se va a orientar el contenido. Esta estrategia en principio tiene que ser socializable, ésto quiere decir que se debe poder compartir, comentar y referir, además de aprovechar la opción “like” de Facebook.

Entender la forma en la que los usuarios utilizan Facebook: se debe actualizar constantemente la página, creando publicaciones que sean interesantes y que llamen la atención, además de responder las publicaciones o comentarios que realizan los usuarios, de modo que éstos no se sientan excluidos.

Promocionar la página: si la empresa ya posee página web, el link de la página de Facebook se debe incluir allí para que los usuarios se enteren de la existencia de ésta.

En cuanto a los contenidos, la imagen de perfil debe ser llamativa, el logo debe ser claro y se debe mostrar un producto o característica (logo) de la marca, el contenido que se le brinda a un usuario que sigue la página debe ser diferente al que se le ofrece a los no seguidores y se recomienda que se debe ofrecer 24 horas,

---

<sup>85</sup> Maria Galvis , “Estrategia para crear posicionamiento de marca y ventaja competitiva a través de Facebook” (tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana,2013),23-24 <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10563/GalvizRizoMariaAlejandra2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

contenido exclusivo como promociones, rifas, eventos, beneficios, etc., a los seguidores.

Tener catálogos y ventas en línea, cuando se desea incluir contenido que se puedan vender a través de Facebook se debe incluir un catálogo de los productos o servicios, además de información detallada de ellos.

Otro tema estratégico es la calidad de la página de Perfil en Facebook, ya que es lo primero que miran los amigos (usuarios), y dependiendo lo atractivo que sea, la información compartida, las fotos expuestas, el número de miembros de la red y los grupos referenciados se lo agregará y/o seguirá; desde su experiencia Justin Smith<sup>86</sup>, recomienda lo siguiente:

Página de Perfil es el punto de partida para una presencia en Facebook. El perfil es básicamente una página de inicio que se diseña para que los amigos se identifiquen con ciertas partes de la personalidad del administrador el perfil.

La página de perfil no solamente es la página sobre la que más control tiene, sino que es el lugar en donde se puede expresar la pasión por la marca, compañía o producto que se quiere promocionar de una manera más profunda y auténtica.

Es una oportunidad para desarrollar una historia real sobre las razones por las cuales se considera que los productos (ofrecidos) o servicios son tan valiosos.

---

<sup>86</sup> Justin Smith, "La biblia del mercadeo en Facebook", trad por Alberto Castitllo, inside Facebook, Acceso 12 Marzo de 2017, <https://sistemasinfojave.wikispaces.com/file/view/La+Biblia+del+Mercadeo+en+Facebook+al+010209.pdf>

Se puede aprovechar la información personal y laboral, fotos y aplicaciones para dar a conocer su discurso sobre la marca.

La transparencia como cultura, aquella que devalúa e ignora lo no auténtico es algo inherente a Facebook.

Crear tráfico conectando colegas, asociados, clientes y amigos en Facebook.

Lo anterior tiene éxito si se logra, el engagement entendido como “el grado en el que un consumidor interactúa con tu marca. El compromiso entre la marca y los usuarios. Esto se basa en crear cierta fidelidad y motivación para que nuestros usuarios defiendan y se sientan parte de la marca, y de esta manera nos refieran nuevos usuarios”<sup>87</sup>

Crear la página y se empieza con los anuncios en Facebook, esto implica la inversión de recurso económicos y aunque generalmente se espera en la Pastoral el posicionamiento natural (sin inversión de dinero), es conveniente conocer como funciona particularmente en sus primeros pasos de planeación que pueden ser aplicables a una campaña evangelizadora eclesial; para este apartado se toman los aportes en pasos y acciones de Meza y Mora en su tesis de grado “Recomendaciones para implementar una estrategia de mercadeo exitosa en Facebook”<sup>88</sup>:

---

<sup>87</sup> Softwarecriollo, “¿Qué es el engagement?” Acceso 30 de mayo de 2016, <https://engagement.softwarecriollo.com/>

<sup>88</sup> “El costo se define con los siguientes criterios “costo por click versus Costo por impresión: La publicidad de costo por click (CPC) permite especificar el monto que se está dispuesto a pagar cada vez que un usuario hace click en el anuncio. A muchos anunciantes que utilizan CPC (costo por click) les interesa más que las personas hagan click en el anuncio y lleguen a su sitio web para así obtener conversiones. La publicidad de costo por mil impresiones (CPM) permite especificar cuánto se está

a. Identificar las metas.

-Empezar por definir qué se quiere promocionar (ya sea una página, evento, aplicación o un sitio web).

- Definir las metas que se quieren alcanzar.

-Darse a conocer: Llegar a una gran audiencia mediante una campaña de anuncios de segmentación amplia.

-Generar ventas: Incluir ofertas especiales y obsequios en la campaña de anuncios para atraer más personas al negocio.

b. Definir el público idóneo.

- Pensar en los perfiles de las personas a las que se quiere que llegue el anuncio.

- Seleccionar los criterios de acuerdo con sus intereses.

- Establecer criterios de segmentación por: ubicación, idioma, educación y trabajo; edad, sexo, fecha de cumpleaños y situación sentimental; Gustos e intereses.

---

dispuesto a pagar por 1000 impresiones (vistas) del anuncio. La mayoría de los anunciantes que usan el CPM (costo por mil impresiones) opinan que es más importante dónde aparece su anuncio y cómo se ve. Estos anunciantes también están más enfocados en que su marca se conozca más que en acumular conversiones. Determinar si se quiere pagar un costo por click (CPC) o un costo por impresión (CPM) Presupuesto diario: Fija el monto máximo que se desea pagar cada día; una vez agotado el presupuesto diario, el anuncio ya no aparecerá en Facebook". José Fabián Meza, Harold Ernesto Mora, "Recomendaciones para implementar una estrategia de mercadeo exitosa en Facebook" (tesis de grado, Pontificio Universidad Javeriana, 2011), 26-28, <http://hdl.handle.net/10554/10660>

- Segmentación a través de la aplicación de “Conexiones”, esta permite dirigir el anuncio a los fans actuales de la página para promover ofertas especiales y aumentar su fidelidad.

c. Diseñar un anuncio llamativo.

- Crear varias versiones de los anuncios con diferentes imágenes y textos para averiguar qué combinaciones son las más eficaces.

- Incluir en el título el nombre del negocio o página, una pregunta, o información clave.

- Invitar en el texto a la audiencia a realizar una acción, se requiere ser claro y resaltar los beneficios que obtendrán.

- Utilizar una imagen sencilla y llamativa que se relacione con el título y el texto.

- Dirigirse a diferentes audiencias para determinar qué grupos responden más a los anuncios.

d. Administrar el presupuesto.

- Establecer un presupuesto que permita alcanzar de manera eficiente al público objetivo, y revisar qué tal está funcionando la campaña con regularidad.

En el proceso de marketing se requiere una estrategia de consolidación de la marca llamada Branding, que Janet Gómez<sup>89</sup> define como el *“proceso de construcción de la imagen de una marca. Consiste en desarrollar un conjunto de atributos y valores para una marca, de manera tal que éstos sean percibidos como únicos y coherentes por los consumidores”*.

Siguiendo a la misma autora se señalan las siguientes recomendaciones:

Definir el objetivo de la marca. Es necesario conocer a donde se va y por eso se requiere definir la misión, valor y el alcance de la marca, los destinatarios y servicios.

Crear una identidad y para ello se necesita diseñar el logo, los colores que utilizará, la tipografía y elegir un buen nombre para una marca.

Consolidar una experiencia para el consumidor, que significa ofrecer al consumidor emociones.

Diferenciarse de su competencia con características distintivas y que relacionen directamente con los destinatarios.

---

<sup>89</sup> Janet Gomez, “5 pasos para crear una estrategia de Branding Exitosa”. Acceso 10 de octubre 2016, <https://www.merca20.com/5-pasos-para-crear-una-estrategia-de-branding-exitosa/>

Conseguir mayor credibilidad y prestigio a través de la comunicación, la transparencia y la confianza.

Al final de este capítulo se puede afirmar que los intentos de comprender estas nuevas realidades, aún son un desafío teórico y práctico en muchos sectores sociales y eclesiales, ya que todavía no se dimensiona cuáles son las consecuencias que la tecnología tendrá sobre la humanidad.



## **CAPÍTULO DOS. EVANGELIZACIÓN DE LA CIBERCULTURA CIBEREVANGELIZACIÓN.**

### **2.1. LA CIBERTEOLOGIA Y SUS APORTES INICIALES.**

Para comenzar este capítulo se presentarán algunos aportes que teólogos y teólogas de diferentes partes del mundo vienen realizando acerca del tema de ciberteología y que aportan a un marco de referencia para las reflexiones acerca de una evangelización en y desde redes sociales pretendidas en el presente escrito.

El termino ciberteología los acuña Antonio Spadaro, que junto a otros autores<sup>90</sup> son pioneros en la reflexión de estas nuevas realidades propuestas por la Red. A la

---

<sup>90</sup> Aline Amaro Da Silva indica “No medio católico, além de Antonio Spadaro, há uma professora da Faculdade de Teologia da Universidade de Malta, Nadia Delicata, com parte da tese, capítulos de livro publicados e conferências sobre o tema. Entre os anglicanos, há Tim Hutchings, cujo trabalho de pós-graduação na Universidade de Durham, St. John’s College no Reino Unido, foi Creating Church Online em 2010. Ele atua mais na área da sociologia da religião, mas possui alguns artigos de cunho teológico como Network Theology. Da parte protestante destaca-se o teólogo Dwight Friesen, de Seattle (EUA), que escreveu o livro Thy Kingdom Connected, criando a primeira eclesiologia contextual para um mundo conectado. Há também o presbiteriano Landom Whitzitt com a obra Open Source Church. E ainda, Jennifer J. Cobb, num período emergente da internet, escreveu uma reflexão teológica sobre o potencial espiritual da rede, baseada no pensamento filosófico e teológico de Teilhard de Chardin. O livro chama-se Cybergrace: the reasearch of God in the digital world, de 1998. Por essa escassez de ciberteólogos, Spadaro disse que: “A ciberteologia não existe verdadeiramente, concretamente. Todos nós somos chamados a esta tarefa: pensar a fé nos tempos da rede” (informação verbal). A mensagem do Papa Francisco traduz a importância de refletir a cultura digital para os seres humanos hoje: “[...] não esquecendo que o continente digital, antes de ser uma mera realidade tecnológica, é acima de tudo um lugar de encontro de homens e mulheres cujas aspirações [...] não são virtuais, mas reais e que necessitam de uma resposta concreta”. Estas palavras são fundamentais para se repensar a fé à luz dessas intuições. É graças à rede que se vive uma vida conexas, ou melhor, é a partir da experiência da rede que a humanidade está percebendo como é interligada e como são essenciais essas relações para uma vida verdadeiramente humana. Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA: Fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede” (Tesis maestría, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015): 47.

ciberteología Spadaro la define como la inteligencia de la fe en tiempos de la red <sup>91</sup> y que busca preguntarse acerca de cómo la lógica de la red puede *moderar la escucha y la lectura de la Biblia, el modo de entender la Iglesia y la comunión eclesial, la revelación, la liturgia, los sacramentos* entre otros temas de la cibernética.<sup>92</sup>, afirma que vas más allá de una reflexión de tipo sociológico de la espiritualidad de la internet *sino fruto de la fe que libera por sí misma un impulso cognoscitivo en un tiempo en el que la lógica de la red marca el modo de pensar, conocer, comunicar y vivir*<sup>93</sup>. Y es precisamente esa la atención de una Teología

---

<sup>91</sup> Da Silva expone las siguientes conceptos y aportes a la ciberteología propuesta por otros autores “Nessa trajetória inicial de incertezas e de construção epistemológica, várias definições foram elaboradas para o termo ciberteologia. Em sua pesquisa, **Susan George** encontrou quatro delas. A primeira definição a conceitua como teologia dos significados da comunicação social na era da internet e das tecnologias digitais, uma espécie de teologia da comunicação digital. A segunda, a considera uma ponderação pastoral da maneira de anunciar o Evangelho. Utilizando as características próprias da rede. Para a terceira proposição, ciberteologia seria um mapa fenomenológico da presença do religioso na internet. O quarto conceito interpreta a rede como ambiente das capacidades espirituais e o estudo ciberteológico como a navegação no ciberespaço em busca dessas manifestações do espírito.

**Debbie Herring**, teóloga inglesa, contribuiu para a formação desse campo de conhecimento ao apontar três distinções na pesquisa ciberteológica. Teologia “no” ciberespaço consiste na coleta de conteúdos teológicos acessíveis na web. Teologia “do” ciberespaço seria o conjunto de contribuições teológicas que auxiliam na compreensão da rede. Teologia “para o” ciberespaço se constitui de uma compilação de sítios em que se pretende fazer teologia na rede Outro teólogo,

**Carlo Fomenti**, define ciberteologia como uma teologia da tecnologia, isto é, o estudo das conotações teológicas da tecnociência.

Uma edição de 2005 da **Revista Concilium** sobre o tema ressaltou a importância da reflexão ética no e para o ciberespaço e na reflexão final declarou a existência de formas de comunhão e presença real de Deus que se manifestam na e através da internet. Portanto, embora não tenha traçado explicitamente uma definição para ciberteologia, a Revista Concilium a compreende como o estudo sobre a mudança na relação com Deus e com a transcendência ocasionada pela influência da cultura cibernética em todas as áreas da vida humana. Todos esses trabalhos científicos contribuíram para aprofundar e perceber a relevância desta nova corrente teológica em formação” Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA: Fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede” (Tesis maestría, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015):44 y 47

<sup>92</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología. Pensar el cristianismo en el tiempo de la Red*, Trad. Antoni Martínez Riu (Barcelona: Herder, 2012),24

<sup>93</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...*24

que pretende conocer el mundo digital y sus signos de los tiempos, de comunicar el mensaje del Evangelio y el de vivir-testimoniar la presencia de Dios.

Se tiene una visión positiva de la red como *una etapa del camino de la humanidad movido, estimulado y guiado por Dios* y en coherencia con Teilhard de Chardin, Spadaro reconoce su *significado de fe a las dinámicas propias del espacio antropológico que es la red, que ya ahora puede entenderse como parte, también ella, del único milieu divin, de ese único “medio divino”, que es nuestro mundo.*<sup>94</sup>

Una realidad que requiere ser inculturada como afirma Sbardelotto<sup>95</sup>:

O ciberespaço é capax Dei, pois Deus está onde se encontra a pessoa humana. Assim, confirmamos a expressão de Moisés Sbardelotto: “o Verbo se fez bit”. Quando se pensa o ser humano no ciberespaço muitos imaginam uma desencarnação. Na verdade, é missão de todos fiéis uma encarnação no ambiente digital, desenvolvendo uma presença autêntica e acolhedora para o novissimus de Deus que está se manifestando através da internet.

En cuanto al método, Da Silva describe las siguientes fases de una ciberteología en Spadaro:

*O autor da ciberteologia definiu o método ciberteológico dividindo-o em quatro passos: experiência, reflexão, ação e avaliação. Dessa forma, uma reflexão ciberteológica séria somente é possível a partir da experiência pessoal no ambiente digital. Poucos são os teólogos que se dedicam à ciberteologia no mundo inteiro*<sup>96</sup>.

A continuación, se registran algunos elementos de reflexión aplicables a la evangelización en redes:

---

<sup>94</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*...106

<sup>95</sup> Moisés Sbardelotto, “Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet”, *Cadernos Teologia Pública* 70 (2012):31, <http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/teopublica/070cadernosteologiapublica.pdf>

<sup>96</sup> Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA...47

-Conversión y comprensión. Spadaro utiliza la metáfora de la “conversión” del lenguaje de informática, que significa pasar un archivo a un formato diferente para hacerlo leíble digitalmente (una traducción) y así romper la incomunicabilidad; extrapolada esta imagen a otro plano se pregunta *¿de qué modo la conversión tecnológica puede surtir algún efecto sobre la comprensión de la conversión religiosa*. Y a esto responde: *Consideremos en este caso las interesantes connotaciones de apertura (“abrir un archivo”) y restauración de una relación comunicativa (“leer un archivo”) que supone la conversión tecnológica, poniendo de relieve la conversión teológica del significado originario de reabrirse a una relación rota, de establecer un contacto que genera sentido.*<sup>97</sup>

- Decodificar los mensajes. El problema hoy no es hallar el mensaje significativo, sino decodificarlo como dice Spadaro y *que el testimonio digital se va convirtiendo cada vez más en un “dar razón de la esperanza” (1 Pe 3,15) en un contexto en el que las razones se confrontan rápida y «brutalmente» y se convierte en una confrontación entre respuestas plausibles y subjetivamente significativas*<sup>98</sup> y en medio de esta decodificación dar testimonio *en un contexto de relaciones amplias.*<sup>99</sup> Pero es solo decodificar contenidos *ya que la Iglesia no es ni será nunca simplemente una «sociedad del conocimiento», y la lógica de la gracia es diferente de la de la información*<sup>100</sup>.

---

<sup>97</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*... 23

<sup>98</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*... 35

<sup>99</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*... 56

<sup>100</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*...72

-Identidad real o ciberidentidad. Internet conecta personas que en ocasiones construyen una identidad de forma *ficticia, simulada*, las lleva a entender su participación como un *juego* donde se cambia la *edad, sexo y profesión*. A partir de lo anterior, Spadaro afirma que “nos convertimos sobre todo en mensaje” y en conclusión, *se dialoga con aquello que sentimos ser y con el “puro pensamiento”, por así decir, que se expresa.*<sup>101</sup> Es necesario entonces reconocer que el otro puede ser “otro” y progresivamente se ira revelando su identidad.

-Estar conectados. Para Spadaro lo importante más allá de encontrarse en la red es la dinámica de la conexión con el prójimo. En sus palabras “el concepto clave no es ya la “presencia” en la red, sino la “conexión”: si estamos presentes, pero no conectados, estamos “solos”. El concepto de “prójimo”, al contrario, no depende de un hilo, sino que es estar radicalmente ligado a la proximidad, esto es a la vecindad espacial. La fractura de la proximidad se debe al hecho de que la cercanía se establece por mediación de la tecnología por lo que me es “cercano”, es decir, “prójimo”, aquel que esta “conectado conmigo”. Y no es solo compartir información *sino, de otra parte, la fe no está hecha solamente de informaciones, ni la Iglesia es lugar de simple transmisión, esto es, no es un puro “emisor”. Es lugar del testimonio vivido del mensaje que se anuncia*<sup>102</sup>. El Autor resalta:

*La sociedad digital no es ya pensable y comprensible solamente a través de los contenidos, sino que lo es sobre todo a través de las relaciones y el*

---

<sup>101</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 41

<sup>102</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 51

*intercambio de contenidos que acontece en el interior de las relaciones entre personas. La base relacional del conocimiento en red es radical. En efecto, gracias a la lógica de los enlaces cualquier contenido puede ser puesto en relación directa con otros contenidos de la red, en cualquier lugar en que estén depositados. Además, la interactividad de los medios de comunicación en internet completa y enriquece el cuadro. Todo lo que está en internet entra en un espacio de conexión y de interacciones.<sup>103</sup>*

El paso siguiente a la conexión es la comunión ya que la conexión de por sí no basta para hacer de la red un lugar en el que se comparte de forma plenamente humana<sup>104</sup>, Da Silva complementa:

*A definição de comunhão auxiliou na compreensão do chamado universal dessa rede de pessoas, isto é, da humanidade inteira, a participar do ritmo do amor trinitário. Também a eclesiologia de comunhão ajudou a apreender a relação que deve ser cultivada entre a Igreja e a rede. Além disso, a internet contribuiu no entendimento do verdadeiro significado da missão de evangelizar. Evangelização não é o anúncio de uma doutrina ou o esforço de convencer os contemporâneos das verdades em que se acredita, mas o testemunho pessoal de uma relação profunda e autêntica com Alguém que está vivo e próximo, Jesus Cristo<sup>105</sup>.*

-Superar la barrera tecnológica. Esta barrera digital, afirma el autor, puede ser tan profunda e importante como la “arquitectónica” y puede llevar al “riesgo de anular la confrontación” y establecer grandes diferencias *de edad, de cultura, de oficio, de ideas o de sensibilidad*, lo que llevaría a fragmentar la pastoral.<sup>106</sup> Y

---

<sup>103</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 53

<sup>104</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 70

<sup>105</sup> Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA...” 130

<sup>106</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 45.

también se pueden crear distanciamientos con los espacios cercanos del fiel y sus autoridades; Spadaro lo gráfica de la siguiente manera:

*Alguien, por tanto, podría preguntarse: ¿por qué debo leer la carta de mi párroco, si puedo formarme consiguiendo materiales directamente del sitio web de la Santa Sede? Muchos, además, gracias a la televisión conocen perfectamente el rostro del Papa, pero no reconocerían al Obispo de su propia diócesis<sup>107</sup>.*

-Pertenenencia Eclesial. Advierte Spadaro que la pertenencia eclesial no se puede limitar a membresía digital a voluntad, ya que se corre el riesgo de ser considerada el resultado de un “consenso”, un “producto” por tanto de la comunicación. En este contexto se corre el peligro de que los pasos de la iniciación cristiana se resuelvan en una especie de “procedimiento de acceso” (login), quizá también sobre la base de un “contrato” que permita asimismo una rápida desconexión (logout) y en cuanto al arraigo en una comunidad quedaría reducida a una especie de “instalación” (set up) de un programa (software) en una máquina (hardware) que por lo mismo también se puede “desinstalar” fácilmente (uninstall)<sup>108</sup>.

-Verticalidad y horizontales: El autor toca un tema sensible es el de la verticalidad y la horizontalidad referente al modelo de comunicación que emplea, esto es resultado de la vivencia de la dinámica de la web 2.0. Spadaro hace la siguiente descripción, haciendo énfasis en el tema de los links:

*La red, por su propia naturaleza, se funda en los links, esto es, en sus enlaces reticulares, horizontales y no jerárquicos: poder y autoridad fluyen del centro*

---

<sup>107</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*...52

<sup>108</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*...45 – 46.

*a la periferia. Hay en todo momento...La Iglesia, en cambio, vive con otra lógica, vive con la lógica de un mensaje dado, recibido, que «anula» la dimensión horizontal desde lo alto. Y no solo esto: una vez que se ha anulado la dimensión horizontal, vive del testimonio autorizado, de tradición, de Magisterio, y su misión es proteger al pueblo de Dios.*

Sin embargo, se debe considerar que la tradición eclesial no es negociable por el número de likes o por popularidad nacida de acuerdos por ejemplo en Google, y no puede someterse a esta lógica, ya que esta opinión está expuesta al dominio de quien sepa manipular la opinión pública. Y propone el cuidado que se debe tener para que no se dé anulación de la jerarquía ya que “se perdería la importancia de las mediaciones y la dimensión pedagógica del acceso al saber. En esta lógica no habría pasado o sabiduría que transmitir (tradere) de padre a hijo, porque estaría vigente el principio de la identidad, de la perfecta simetría”.<sup>109</sup> Sbardelotto<sup>110</sup> describe las características de las comunidades horizontales:

Contudo, o que vemos é que o fiel não faz uma opção entre a comunidade offline ou online, mas, pelo contrário, adquire, para além de sua comunidade de fé offline, mais ambientes de interação, agora online, com seus pares religiosos. Por isso os antigos vínculos do laço social e das comunidades tradicionais não podem servir de parâmetro ou régua para analisar o que ocorre no ambiente digital, marcado por novos protocolos e processualidades. Exigir dos vínculos e das comunidades que surgem no ambiente online características dos vínculos e comunidades tradicionais é não compreender a ambiência, aqui analisada, em que esses laços se conformam. Na internet, as interações sociais e religiosas adquirem um novo suporte que passa a ser connatural a tais interações, um órgão fundamental para o estabelecimento dessas interações.

---

<sup>109</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...72*

<sup>110</sup> Moisés Sbardelotto, “Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet”, *Cuadernos Teología Pública* 70 (2012):31, <http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/teopublica/070cadernosteologiapublica.pdf>



Em última análise, as comunidades religiosas possibilitadas pelo ambiente digital significam o uso de um sistema comunicacional católico online que se torna constitutivo dessas interações e, portanto, em sua ausência ou desestabilização, desencadeia-se o debilitamento ou o rompimento desse vínculo. O que é importante destacar é que, a partir das interações possibilitadas pelo sistema, o fiel-internauta vive uma experiência de fé sem uma presença objetiva, mas sim com uma ausência objetiva do “outro” (seja ele uma pessoa ou um lugar de culto), o que, nem por isso, caracteriza uma fé vivida isolada e individualisticamente, como dizíamos anteriormente.

-Aporte de la colaboración. Hacer una lectura del mundo de Internet requiere de un esfuerzo conjunto de “Teología Colaborativa” que *contriuye a la reflexión teológica, no entendida como puro estudio académico, sino como actividad comunitaria que se desarrolla dinámicamente en el interior de contextos históricos precisos,*<sup>111</sup> sin que esto signifique un relativismo de *“narración participativa” realizada por individuos o grupos en marcos y contextos culturales dispares.*<sup>112</sup> Spadaro hace la siguiente observación:

Pero si desplazamos esta lógica al plano teológico, veremos que la cuestión se vuelve más problemática precisamente porque la naturaleza de la Iglesia y la dinámica de la revelación cristiana parecen seguir un modelo cliente-servidor, opuesto al de peer-to-peer. Iglesia y revelación no son producto de un intercambio (que podemos definir más propiamente como un “trueque” fluido) horizontal, sino la apertura a una gracia indeducible e inagotable que pasa a través de mediaciones jerárquicas y sacramentales históricas y de la «tradición». Si nos detuviéramos aquí, correríamos el peligro de llegar a la incompatibilidad radical entre la lógica de la teología y la de la red.

---

<sup>111</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 66

<sup>112</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...* 67.

Da Silva complementa:

A ciberteologia não é uma teologia da comunicação ou da tecnologia, mas um estudo teológico sobre a vida hipercomunicativa, hiperconectiva e hipertecnológica que os seres humanos estão vivendo. Entretanto, para entender bem a experiência humana de fé e de graça no ciberespaço é necessário perceber o sentido teológico e espiritual da tecnologia. É como se comparava anteriormente o significado de “house” e de “home”. “House” é a estrutura da casa que possibilita o “home”, a experiência do aconchego do lar, da família, de ter um lugar que é seu, que tem seu jeito, seus bens, onde você sempre pode voltar. Sem o “home”, “house” perde seu sentido, é apenas uma construção desabitada, sem rosto. Com isso, se quer dizer que não se pode refletir sobre a experiência da graça na rede sem antes estudar a dimensão espiritual dos alicerces do ciberespaço, portanto, sem ver a tecnologia como fruto do espírito e do carisma humano de ser artífice da criação<sup>113</sup>.

La realidad virtual no puede sustituir la experiencia real. Spadaro recuerda la importancia del encuentro personal para hacer comunidad y para la efectividad de la vida sacramental; él lo expone de la siguiente manera:

La Iglesia católica insiste siempre en que es imposible, y antropológicamente un error, considerar la realidad virtual «capaz» de sustituir a la experiencia real, tangible y concreta de la comunidad cristiana visible e histórica, y lo mismo vale para los sacramentos y las celebraciones litúrgicas. Por «realidad virtual» entendemos aquí una “experiencia multimedia e interactiva realizada a través de un medio de comunicación vinculado con la red<sup>114</sup>.”

Las reflexiones teológicas siguen abiertas y en construcción, Spadaro lo expresa:

En realidad, la reflexión ciberteológica ha empezado, pero no estamos seguros de su estatuto epistemológico. El término de hecho se utiliza poco, y a menudo su sentido no es claro. Pero la pregunta, en cambio, es clara: si los medios de comunicación electrónicos y las tecnologías digitales

---

<sup>113</sup> Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA...80.

<sup>114</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología*...80

“modifican el modo de comunicar y hasta de pensar, ¿qué impacto tendrán en el modo de hacer teología?”.<sup>115</sup>

Para finalizar este apartado se señalarán algunos desafíos futuros para la ciberteología y que la ciberevangelización puede ayudar a responder desde su dimensión práctica de acompañamiento a las comunidades. Con este fin se cita a Arboleda<sup>116</sup>, quien lo expresa con las siguientes afirmaciones:

-La llamada ciberteología es un campo apenas en construcción, sin una epistemología ya fuerte y robusta. Es más, un desafío y un reto, que un producto logrado, ya que el mismo objeto de análisis, la cibercultura, es un proceso largo y complejo, del que no se puede decir la última palabra.

-La construcción de una reflexión seria sobre la nueva cultura será trabajo de largo aliento pues se han de sentar las bases: la primera de ellas es la discusión sobre temas claves como son la presencia corporal en el mundo digital, la comunidad en Internet como iglesia, el sentido y eficacia de la autoridad pastoral en la red, la sacramentalización y la reunión de manera virtual, el concepto de cuerpo y corporalidad, etc.

-Un punto central y no obvia de una futura ciberteología es el estudio de la experiencia. No hay fe sin experiencia de Dios, pues toda religión parte de la experiencia de lo divino. Esta experiencia es múltiple: mística de la naturaleza, mística del encuentro, mística extática, mística de la belleza y el arte, mística social.

-¿Puede el mundo digital ser lugar de la experiencia de lo divino?

---

<sup>115</sup> Antonio Spadaro, *Ciberteología...*23.

<sup>116</sup> Carlos, Arboleda. Evangelizar la cibercultura: los retos de la ciberteología. VERITAS, Nº 38 (Diciembre 2017) 181

## 2.2. CIBEREVANGELIZAR DANDO RESPUESTAS AL MUNDO ACTUAL.

Un aspecto destacado en el mundo actual es el desarrollo de los medios de comunicación, que lleva cada vez más a los hombres y mujeres de todo el mundo a que se sientan “miembros de una sola familia”<sup>117</sup>, esto gracias a la velocidad que permite “difundir con rapidez y expansión máxima los modos de pensar y de sentir, provocando con ellos muchas repercusiones simultáneas”<sup>118</sup>.

A lo largo de la historia de la Iglesia los cristianos desde los inicios de su vida como comunidad han buscado utilizar los medios de comunicación a su disposición. En palabras del Concilio Vaticano II, la Iglesia “habló según los tipos de cultura propios de cada época y ha empleado los hallazgos de las diversas culturas para difundir y explicar el mensaje de Cristo en su predicación”<sup>119</sup> y el sentido de la existencia, en palabra de Benedicto XVI:

En el complejo y variado mundo de la comunicación emerge la preocupación de muchos hacia las preguntas últimas de la existencia humana: ¿quién soy yo?, ¿qué puedo saber?, ¿qué debo hacer?, ¿qué puedo esperar? Es importante acoger a las personas que se formulan estas preguntas, abriendo la posibilidad de un diálogo profundo, hecho de palabras, de intercambio, pero también de una invitación a la reflexión y al silencio que, a veces, puede ser más elocuente que una respuesta apresurada y que permite a quien se

---

<sup>117</sup> VATICANO II. “Decreto Apostolicam actuositatem”. Roma 18 de noviembre de 1965. Número 8. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19651118\\_apostolicam-actuositatem\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651118_apostolicam-actuositatem_sp.html)

<sup>118</sup> VATICANO II. “Constitución Pastoral Gaudium et Spes sobre en el mundo actual”. Roma 7 de diciembre de 1965. Número 6. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19651207\\_gaudium-et-spes\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_sp.html)

<sup>119</sup> VATICANO II. “Constitución Pastoral Gaudium et Spes sobre en el mundo actual”...Número 58.

interroga entrar en lo más recóndito de sí mismo y abrirse al camino de respuesta que Dios ha escrito en el corazón humano.<sup>120</sup>

Cada generación de cristianos se ha esforzado por mantener la fidelidad al anuncio del Evangelio, y busca “reunir de nuevo fuerzas para superar el miedo de misionar de forma valiente y activa”<sup>121</sup>, en medio de un mundo que le es desafiante donde se reconoce que las tecnologías “son un verdadero don para la humanidad y por ello debemos hacer que sus ventajas se pongan al servicio de todos los seres humanos y de todas las comunidades, sobre todo de los más necesitados y vulnerables”.<sup>122</sup>, Aguilar hace las siguientes observaciones:

En ésta labor no valen las prisas], ni las crispaciones, ni las fáciles concesiones al interlocutor extra eclesial. Hay que comenzar por vivir intensamente la experiencia cristiana y eclesial, aunque haya que sufrir incomprendimientos y conflicto, hay que pasar tiempo en la labor callada de elaborar la propia síntesis doctrinal y vital en comunión profunda con el misterio de Dios y de la iglesia, en relación abierta y confiada con la Jerarquía y con los demás creyentes; hay que vivir con la confianza y la paciencia de quien sabe que está colaborando con el Señor y con la Iglesia entera que le sobrepasa, una tarea que seguirá adelante más allá de lo que nosotros somos y hacemos, una tarea siempre abierta y que Dios mismo va conduciendo y alentando hasta el fin de los tiempos <sup>123</sup>.

---

<sup>120</sup> BENEDICTO XVI. “ Silencio y Palabra: camino de Evangelización” (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 46ª jornada mundial de las comunicaciones sociales, 20 de mayo de 2012), [https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20120124\\_46th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html)

<sup>121</sup> George, Augustin, *El desafío de la nueva evangelización, Impulso para la revitalización de la fe* (Santander: Sal Terrae 2012), 13.

<sup>122</sup>BENEDICTO XVI. “Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad.” (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 43ª jornada mundial de las comunicaciones sociales, 24 de mayo de 2009), [https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)

<sup>123</sup> Fernando Aguilar, *Evangelizar*, (Madrid: Editorial Encuentro, 2010),161.

Es importante una profunda inculturación del Evangelio en la cibercultura en su lenguajes y cosmovisión, de lo contrario se “provocará sin duda un rechazo simplemente por su falta de comprensión, por la diferencia y distancia de los respectivos universos simbólicos”<sup>124</sup>. Es necesario llegar con un mensaje significativo para que las nuevas generaciones de la cibercultura no se sientan extrañas o alejadas de las propuestas de Salvación presentadas eclesialmente.

Se tiene para esta Evangelización, como punto de partida, que las redes sociales hunden sus raíces en el deseo natural del ser humano de crear grupos y comunidades. Es por eso que, en general, la conformación de una red social comienza con la integración de familiares y amigos cercanos y personas que se han conocido en diferentes etapas y escenarios de la vida. En palabras de Benedicto XVI:

Este anhelo de comunicación y amistad tiene su raíz en nuestra propia naturaleza humana y no puede comprenderse adecuadamente sólo como una respuesta a las innovaciones tecnológicas. A la luz del mensaje bíblico, ha de entenderse como reflejo de nuestra participación en el amor comunicativo y unificador de Dios, que quiere hacer de toda la humanidad una sola familia.<sup>125</sup>

Cuando sentimos la necesidad de acercarnos a otras personas, cuando deseamos conocerlas mejor y darnos a conocer, estamos respondiendo a la llamada divina, una llamada que está grabada en nuestra naturaleza de seres

---

<sup>124</sup> Luis Rubio, *Nuevas Vocaciones para un mundo nuevo. Laicos, religiosos y presbíteros para una nueva evangelización* (Salamanca: Sigueme, 2002), 28.

<sup>125</sup> BENEDICTO XVI. “Silencio y Palabra: camino de Evangelización” (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 46ª jornada mundial de la comunicaciones sociales, 20 de mayo de 2012), [https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20120124\\_46th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html)

creados a imagen y semejanza de Dios, el Dios de la comunicación y de la comunión.

Son precisamente las comunidades virtuales – redes sociales un nuevo areópago, un medio y nuevo continente de misión. Analizar las redes sociales desde una lectura teológica no es otra cosa que visibilizar en el mundo de internet nuestra tendencia natural a asociarnos, nuestra naturaleza que nos llama a crear redes, nuestro deseo de interrelación, y ver en ello una manifestación de la experiencia de la divinidad.<sup>126</sup>

Evangelizar las redes en internet no es simplemente hacer y llenar con informaciones páginas Web con contenidos religiosos “católicos” o dirigirnos a los ya congregados sino promover la creación de una verdadera comunidad solidaria enriquecida por la realidad de la comunicación comunitaria pensando también “*que la sociedad digital está habitada por muchos otros seres humanos que probablemente no vendrán a la Iglesia ni ese domingo ni ningún otro. ¿Cómo van a sentirse interpelados por el Amor de Dios si nadie se les hace cercano en nombre de Cristo, allá en el ciberespacio?*”<sup>127</sup>

El horizonte de acompañamiento en redes sociales, es el fortalecimiento de los lazos comunitarios, no con el propósito de crear estructuras paralelas sino para proyectar la vida misma de las comunidades locales en forma inclusivas y se pueda

---

<sup>126</sup> BENEDICTO XVI. "Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad." (Mensaje del Santo Padre Benedicto X VI para la 43ª jornada mundial de las comunicaciones sociales, 24 de mayo de 2009), [https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)

<sup>127</sup> Claudio Maria, Celli. “Palabras de apertura Congreso Iglesia y Cultura digital” (*II Congreso de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL)*, diciembre 2011).

vivir lo propuesto por Aparecida en la alegría de ser discípulo y en este caso ciberdiscípulo:

- La alegría que hemos recibido en el encuentro con Jesucristo, a quién reconocemos como el Hijo de Dios encarnado y redentor, deseamos que llegue a todos los hombres y mujeres heridos por las adversidades
- Deseamos que la alegría de la buena noticia del Reino de Dios, de Jesucristo vencedor del pecado y de la muerte, llegue a todos cuantos yacen al borde del camino, pidiendo limosna y compasión (cf. Lc 10, 29-37; 18, 25-43).
- La alegría del discípulo es antídoto frente a un mundo atemorizado por el futuro y agobiado por la violencia y el odio.
- La alegría del discípulo no es un sentimiento de bienestar egoísta sino una certeza que brota de la fe, que serena el corazón y capacita para anunciar la buena noticia del amor de Dios.
- Conocer a Jesús es el mejor regalo que puede recibir cualquier persona.
- Haberlo encontrado nosotros es lo mejor que nos ha ocurrido en la vida, y darlo a conocer con nuestra palabra y obras es nuestro gozo.

El CELAM recuerda que *la humanidad está llamada a un fin último y planificador, ya que detrás de cada deseo parcial, está un deseo de lo Último. A ese deseo debe conectarse la propuesta cultural del Evangelio. Detrás de cada paradoja que aparece en las realidades culturales, descubrimos una invitación al último, al Absoluto*<sup>128</sup>.

---

<sup>128</sup> CELAM, *Evangelización de la Cultura Hoy - Oportunidades y amenazas* (Bogotá: CELAM, 2007),316.



Es sociedad con enormes y veloces avances en tecnología *bien como una creación espontánea, como un recurso fabricado ante un problema concreto, o como mejora de algún proceso determinado*<sup>129</sup>, que afecta todas las dimensiones de la vida, tales como la educación, la salud, la economía, las relaciones interpersonales, la medicina, la ecología y también la vivencia de fe, en palabras de Gadium et Spes:

El género humano se halla hoy en un período nuevo de su historia, caracterizado por cambios profundos y acelerados, que progresivamente se extienden al universo entero. Los provoca el hombre con su inteligencia y su dinamismo creador; pero recaen luego sobre el hombre, sobre sus juicios y deseos individuales y colectivos, sobre sus modos de pensar y sobre su comportamiento para con las realidades y los hombres con quienes convive. Tan esto es así, que se puede ya hablar de una verdadera metamorfosis social y cultural, que redunda también sobre la vida religiosa.<sup>130</sup>

Bien lo menciona Illanes, los cambios del mundo de la vida y de la cultura van más allá de tener tecnología pues “la civilización contemporánea no es ya una civilización en la que hay tecnología – en un grado y otro siempre la ha habido” sino que es una civilización tecnológica es decir “una civilización que se configura y desarrolla en referencia a la técnica”<sup>131</sup>. Entre las características de esta civilización se puede mencionar el hecho de que “a diferencia de lo que acontecía en épocas pasadas, el poder no reside ya de modo decisivo en la fuerza física, sino en el

---

<sup>129</sup> Juan Carlos Rodríguez, “La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria” (Tesis de Doctorado, Facultad de Educación de Educación. Departamento de didáctica y organización escolar, Universidad de Málaga, 2010), 110

<sup>130</sup> Vaticano II. Gaudium et Spes... Número 4.

<sup>131</sup> Jose Luis Illanes, *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio* (España: Editorial Palabra, 1999), 61.

acervo de reconocimientos, en la ciencia que, desplegándose en tecnología, otorga posibilidades nuevas y crecientes”<sup>132</sup>.

Como lo menciona Rodriguez, *se quiera o no las nuevas tecnologías forman parte de la vida de los seres humanos y de las sociedades, especialmente de las “occidentales”. El teléfono móvil, Internet, la televisión digital, los ordenadores y sus programas de procesamiento de información, se han introducido en todos los ámbitos*<sup>133</sup>. Una visión positiva, del mismo autor, afirma que la tecnología:

Ha favorecido que miles de personas en todo el mundo, en un corto espacio de tiempo, mejoren su nivel de vida. La mayor información, conocimiento y comunicación que se da a nivel global, puede dar lugar a una mayor humanización ante los problemas mundiales y constituir un apoyo para los más desamparados.<sup>134</sup>

Junto a tantos procesos de desarrollo que muestran el alcance tecnológico de la humanidad<sup>135</sup>, aparece también una amalgama de contrastes que ahonda la diferencia entre pueblos y personas; el avance cultural colisiona con el incontable número de analfabetos” y desadaptados, además se encuentra que “el sentido de

---

<sup>132</sup> José Luis Illanes, *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio...* 65.

<sup>133</sup> Juan Carlos Rodriguez, “La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria” (Tesis de Doctorado, Facultad de Educación de Educación. Departamento de didáctica y organización escolar, Universidad de Málaga, 2010), 111

<sup>134</sup> Juan Carlos Rodriguez, “La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria” ...115.

<sup>135</sup> “Technology in this context, is meant to designate not just an ensemble of machines and procedures, but a type of culture, the kind that is characteristic of the advanced industrial societies and has been developing and gaining definition for two and half centuries. Most obviously, the progress of technology seems to render Christianity superfluous and irrelevant. The good news of the Gospels is directed toward oppressed and poor people, one might think, and when oppression and poverty have lifted by technology, the good news becomes “Albert Borgmann, *Power Failure: Christianity in the Culture of Technology*” (USA: Published by Brazos Press, 2003),7.

la libertad topa con la emergencia de nuevas formas de esclavitud social y psicológica; las corrientes de solidaridad universal se ven contrarrestadas por fuerzas antagónicas de signo racial, político, económico, ideológico, etc.”<sup>136</sup> y esto unido a la destrucción del medio ambiente. El Vaticano II describe esta situación de la siguiente manera:

Aparece, a la vez, poderoso y débil, capaz de lo mejor y de lo peor, mientras se abre ante él la encrucijada entre la libertad y la servidumbre, el proceso y el retroceso, la fraternidad y el odio. El hombre se está, además, haciendo consciente de que le toca a él dirigir rectamente las fuerzas que él mismo ha desencadenado y que puede oprimirle o servirle. Por ello se interroga a sí mismo.

Lo trágico parece ser que estos cambios, si no son asumidos adecuadamente y de manera justa, pueden generar nuevas víctimas, nuevos crucificados resultado del aislamiento, de la discriminación, de atentados contra la democracia<sup>137</sup>, de progresivo empobrecimiento y que en ocasiones pueden llevar al etnocidio cultural que afecta a tantos grupos humanos, lo anterior muestra que el uso de la tecnología requiere de un manejo moral, fruto del discernimiento.

---

<sup>136</sup> Santiago Madrigal. “Las relaciones Iglesia – mundo según el Vaticano II”, en *Teología y nueva Evangelización*, ed. G. Urribarri (Madrid Bilbao 2005), 47.

<sup>137</sup> “La consapevolezza del fatto che Internet e in generale tutte le nuove tecnologie non possano essere considerate “naturalmente” democratiche, la presa di coscienza del fatto che questi mezzi di comunicazione spesso funzionino in una sola direzione (dall’alto verso il basso), e che le nuove forme dello sfruttamento del lavoro e le nuove modalità di controllo passano dalla rete sono tutte questioni essenziali per chi oggi intenda rapportarsi in modo critico alle nuove tecnologie, anche a fini didattici”. Carlo Formenti, “Incantati dalla rete. Immaginari, utopie e conflitti nell’epoca di Internet” 01 de diciembre 2013. *Novecento.org. Didattica della storia in rete. Istituto Nazionale Ferruccio Parri*. Acceso 22 de abril de 2017, <http://www.novecento.org/dossier/la-storia-nellera-digitale/carlo-formenti-incatenati-alla-rete/>

La tecnología es también una oportunidad de acompañar a la humanidad en su búsqueda de sentido, ya que este mismo desarrollo tecnológico es un detonante para que la humanidad se siga preguntando, por el sentido de su existencia; el ser humano “se formula con frecuencia las preguntas angustiosas sobre la evolución presente del mundo, sobre el puesto y la misión del hombre en el universo”<sup>138</sup>.

Estas nuevas realidades son una gran oportunidad espiritual para que Iglesia se renueve desde la “existencia de nuevas gracias y de nuevas oportunidades para anunciar el Evangelio”<sup>139</sup> y ayudar a la humanidad en la búsqueda de sus aspiraciones de unidad, de fraternidad, de justicia y de espiritualidad con posibilidades inéditas otorgadas por las nuevas tecnologías.

El uso de la tecnología y, en particular, el desarrollo de las computadoras, es también un llamado al asombro ante la creatividad humana y toda la potencialización que ha hecho de sus sentidos y facultades. En palabras de McLuhan, citado por Aguilar, “la computadora es, bajo cualquier concepto el más extraordinario de los ropajes tecnológicos diseñados por el hombre, ya que es la extensión de nuestro sistema nervioso central”<sup>140</sup>.

El desarrollo de las computadoras y de internet le permite abrir nuevas puertas para anunciar el mensaje del Dios vivo a todos los rincones de la tierra y

---

<sup>138</sup> VATICANO II. Constitución Pastoral *Gaudium et Spes*... Número 3

<sup>139</sup> Juan Esquerda, *Misionología. Evangelizar en un mundo global* (España: Biblioteca de Autores Cristianos, 2008), 170.

<sup>140</sup> Luis Aguilar, *Cibersociedad, los retos sociales ante un nuevo mundo digital* (España: Mc Graw – Hill, 1997),7.

potenciar el ser misionero de cada persona y la posibilidad de transformar la sociedad según los principios del reinado de Dios. Hoy más que nunca se hace evidente la intuición de Juan Pablo II de llamar a una nueva evangelización que aproveche todos los recursos que ofrece el contexto actual.

Una revisión de la ruta de camino como Iglesia y como personas exige en estos momentos hacer una relectura de los lenguajes, categorías mentales y estructuras, ya que puede resultar, como lo describe González Carvajal, que “las categorías culturales en que se formula el mensaje cristiano no coincidieran con las categorías culturales de los destinatarios. En tal caso los evangelizadores no serían escuchados; y no por mala voluntad de nadie, sino por la misma razón por la que no se puede escuchar la radio cuando el receptor no está sintonizado en la misma frecuencia que emplea la emisora”<sup>141</sup>. Y aunque puede que la Iglesia no haya estado preparada, lo mismo otros sectores sociales, es momento de arriesgarse a utilizar estas nuevas posibilidades como lo propone las Declaraciones del Congreso de obispos europeos responsables de la comunicación en Europa:

La Iglesia experimenta en su seno las mismas sorpresas y perplejidades que la explosión informática en otros sectores de la sociedad. Su impacto sobre la economía de producción, de mercado y de consumo, sobre la cultura de masas, sobre la educación y la ciencia a todos los niveles, sobre los engranajes comunitarios de cada país y, en suma, sobre la vertebración progresiva de la familia humana, carecen de precedentes y han tomado a todos desprevenidos y sin capacidad de respuesta pero que en las Web de Internet, o bien por otras redes mayores que se anuncian, podemos introducir

---

<sup>141</sup> Luis González – Carvajal, *Evangelizar en un mundo postcristiano* (España, Santander: Editorial Sal Terrae, 1993), 145

la sabiduría cristiana, acumulada durante siglos, y hacer pasar la vida de la Iglesia a la actualidad<sup>142</sup>.

La actualidad, la pluralidad y la fragmentación de la otrora hegemonía católica afecta la sociedad en su identidad; el Cardenal Sepe Crescenzo<sup>143</sup> afirma acerca de este escenario contemporáneo:

Questo tempo della cosiddetta multiculturalità, dell'incontro-scontro con realtà differenti, con universi etici diversi, pone alcune urgenti interrogativi all'Evangelizzazione. Come è possibile una convivenza con coloro che, in nome della globalizzazione, preferiscono gli spazi comodi e ristretti del relativismo culturale? Quale esigenza si cela dietro l'affermazione di identità culturali che si trasformano, qualche volta, in dichiarazioni di fondamentalismo e di intolleranza? Quale cristianesimo può e deve essere annunciato, testimoniato nell'incontro con le altre tradizioni religiose, senza cadere in facili irenismi e sincretismi? Un'autentica azione missionaria si esprime nella evangelizzazione delle culture e nell'inculturazione della fede che "di fronte alle più diverse e talvolta contrapposte culture, presenti nelle varie parti del mondo, vuole essere un'obbedienza al comando di Cristo di predicare il Vangelo a tutte le genti sino agli estremi confini della terra. Una simile obbedienza non significa né sincretismo né semplice adattamento dell'annuncio evangelico" (Pastores dabo vobis, n. 55).

Tutto questo esige, allora, una modalità nuova di vivere la missionarietà della Chiesa, nell'orizzonte di una autentica interculturalità, intesa come incontro e dialogo con l'altro, nella consapevolezza che il Vangelo non si identifica con nessuna determinata cultura, ma che può e deve incarnarsi in ogni cultura, animandola dal di dentro. Si tratta di quel processo di incarnazione della fede nel quale il dare e il ricevere costituiscono la premessa perché l'annuncio cristiano sia credibile e capace di promuovere prospettive di salvezza e di sviluppo.

---

<sup>142</sup> Declaraciones del Congreso de obispos europeos responsables de la comunicación en Europa, celebrado en el Monasterio de Montserrat y en Barcelona, del 7 al 11 de abril 2004.

<sup>143</sup> Sepe Crescenzo. Cardenal, "La cultura al servizio della missionarietà" (Intervento *del Gran Cancelliere della PUU*, Pontificia Universitas Urbaniana, 2003) [http://www.urbaniana.edu/it/eventi/375\\_s1.htm](http://www.urbaniana.edu/it/eventi/375_s1.htm)

La actualidad es una época que privilegia el empirismo pragmático aun en el plano de las creencias, que ocasionan que el sujeto cambie “rápidamente su modo de pensar y de vivir, convirtiéndose en un sujeto progresivamente más cinético, es decir siempre dispuesto a experimentar; deseoso de verse implicado en todo juego, aunque sea más grande que él, especialmente si lo sustrae en aquel narcisismo, ya ni siquiera ocultado, que lo engaña sobre la esencia de la vida”.<sup>144</sup> El Papa Francisco en *Evangelii Gaudium* 41, llama la atención que:

Al mismo tiempo, los enormes y veloces cambios culturales requieren que prestemos una constante atención para intentar expresar las verdades de siempre en un lenguaje que permita advertir su permanente novedad. Pues en el depósito de la doctrina cristiana «una cosa es la substancia [...] y otra la manera de formular su expresión». A veces, escuchando un lenguaje completamente ortodoxo, lo que los fieles reciben, debido al lenguaje que ellos utilizan y comprenden, es algo que no responde al verdadero Evangelio de Jesucristo. Con la santa intención de comunicarles la verdad sobre Dios y sobre el ser humano, en algunas ocasiones les damos un falso dios o un ideal humano que no es verdaderamente cristiano.

Hoy surgen nuevas idolatrías al cuerpo y al hedonismo, en palabras de Fisichella, es *una cultura orientada a idolatrar la perfección del cuerpo, a seleccionar la relación interpersonal a partir de la belleza y de la perfección física, termina olvidando lo esencial. Se cae así en una especie de narcisismo constante que impide fundamentar la vida sobre valores permanentes y sólidos para bloquearse en el nivel de lo efímero*<sup>145</sup>. Frente al relativismo se requiere un doble desafío,

---

<sup>144</sup> Rino Fisichella, *La nueva evangelización* (Salamanca: Sal Terrae, 2012), 35.

<sup>145</sup> Rino Fisichella, *La nueva evangelización*.35.

desmontar tanto las falsas creencias al igual que la indiferencia y la tibieza religiosa y construir una imagen auténtica de Dios.

Parece que la tendencia es construir religiones a la carta y el mapa actual de lo religioso, como lo describe Agustín, *es sumamente complejo y ambivalente: muchas personas están, por una parte, cansadas de la religión y por otra, ávidas de trascendencia. Mientras que los templos se vacían sin cesar, los grupos esotéricos de bienestar personal experimentan un auge*<sup>146</sup>. En la situación actual, si no se da un esfuerzo por anunciar la verdad del Evangelio *ocuparán su lugar las sectas, los mesianismos secularizados, el consumismo que produce hastío, la indiferencia y pan-sensualismo pagano*<sup>147</sup>.

Hasta la misma tecnología parece haberse convertido en una religión que ofrece a los seres humanos trascendencia, multiubicuidad, expansión de su cuerpo y conocimiento y la promesa de “ser como dioses”. Esta tecnosofía (bitesofía) intenta sustituir, como lo señala Del Prete, “todos los otros mesianismos sociales y religiosos. El Mesías ya no es una persona en la que están fijadas las esperanzas y en quien se cree, sino que es la confianza ilimitada en las capacidades técnicas del hombre. Esto es lo absoluto, hacia lo que debe tender todo esfuerzo humano”<sup>148</sup>.

---

<sup>146</sup> George, Agustín, *Caminos hacia el éxito de la Nueva Evangelización. El desafío de la nueva evangelización. Impulso para la revitalización de la fe...* 139.

<sup>147</sup> Andrés Vela, *Evangelizar de nuevo el kerigma cristiano en un mundo roto. Colección Teología Hoy* (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2010), 44.

<sup>148</sup> Vito del Prete, *La buena tierra, reflexiones sobre la evangelización...*181.



Mientras tanto los fieles tradicionales parece que tuvieron que vivir un cristianismo vergonzante, llevado a vivir como incógnito “como si tuviéramos que hacernos perdonar el hecho de tener fe”<sup>149</sup> o a sentirse desanimados; El Papa Francisco lo describe de la siguiente manera, como desafío:

La cultura mediática y algunos ambientes intelectuales a veces transmiten una marcada desconfianza hacia el mensaje de la Iglesia, y un cierto desencanto. Como consecuencia, aunque recen, muchos agentes pastorales desarrollan una especie de complejo de inferioridad que les lleva a relativizar u ocultar su identidad cristiana y sus convicciones. Se produce entonces un círculo vicioso, porque así no son felices con lo que son y con lo que hacen, no se sienten identificados con su misión evangelizadora, y esto debilita la entrega. Terminan ahogando su alegría misionera en una especie de obsesión por ser como todos y por tener lo que poseen los demás. Así, las tareas evangelizadoras se vuelven forzadas y se dedican a ellas pocos esfuerzos y un tiempo muy limitado. *Evangelii Gaudium* 79

Como señala Babin, aparece el reto de reflexionar si el “lenguaje religioso cristiano ha perdido significado y se ha devaluado, y ya no tiene el mismo peso ni sabor. Es un lenguaje sin relación alguna con la experiencia humana y espiritual”<sup>150</sup> y junto con Agustín es necesario preguntarse con madurez Y con una lectura autocrítica ¿Por qué mucha gente ya no encuentra respuesta en la propuesta que el cristianismo ofrece? “¿Por qué se está perdiendo la confianza que la gente antes depositaba por adelantado en la Iglesia? El reto permanente estriba, por tanto, en cómo se puede transmitir a los hombres de esta época el mensaje de Jesús como

---

<sup>149</sup> Luis González – Carvajal, *EvaNgelizar en un mundo postcristiano* (Santander: Sal Terrae, 1994), 130.

<sup>150</sup> Pierre Babin, “Evangelizar a los jóvenes en la era de las comunicaciones”, *Revista Misión Joven*, No 183 (1992):12.

una oferta consistente<sup>151</sup>. Es inevitable evadir estas preguntas y es necesario desde una nueva evangelización cuestionarse qué es lo fundamental para anunciar a Jesucristo desde su rostro auténtico.

La anotación surge a partir de la necesidad de sentirse comprometido con el Evangelio en cada espacio de la vida, pero que en primer lugar implica reconocer que en muchos aspectos cada creyente no está evangelizado y en que en las naciones nominalmente confesionales va surgiendo un progresivo proceso de descristianización o relativismo frente al cual se aconseja presentar de nuevo el Evangelio como una realidad salvífica siempre actual<sup>152</sup>. En palabras de Agustín:

*En tales países y culturas cristianas viven hoy numerosas personas que en realidad nunca han entrado en contacto con el mensaje de Jesucristo y aún más grave parece ser que la mayoría de los bautizados no conocen ya en profundidad el mensaje de Jesucristo, o bien ese mensaje, por unas razones y otras, ha devenido extraño para ellos. De ahí que muchos bautizados no comprenden el sentido y la misión de su propia Iglesia ni sean conscientes de la plusvalía que resulta de la pertenencia a la comunidad de fe<sup>153</sup>.*

El asumir con profundidad la vivencia del Evangelio, y al ofrecerse cada creyente como sacrificio vivo y santo en la gran ternura de Dios (Romanos 12, 1-2),

---

<sup>151</sup> George Augustin, *El desafío de la nueva evangelización - Impulso para la revitalización de la fe* (Santander: Sal Terrae, 2012), 13.

<sup>152</sup> Annunciare Cristo oggi significa innanzitutto comunicare una realtà salvifica capace di ridonare senso e corposa qualità ad ogni frammento dell'esperienza umana. Chi ritiene che questo approccio sia l'incunabolo dell'indebolimento della portata dogmatica del cristianesimo non tiene in debito conto che l'Incarnazione non è prima di tutto un principio teologico, bensì una realtà che diventa metodo. O l'esperienza cristiana è in grado di valorizzare ogni aspetto della realtà umana e, quindi, a comunicare direi carnalmente la salvezza di un Dio che si è fatto sárx, oppure è destinata a rimanere confinata nello spazio deprimente della morale o, peggio ancora, a deformarsi in ideología" Raffaele Iannuzzi, "L'esperienza cristiana nel post-moderno: un kairós per la Chiesa?", *Reportata*, 2003. Acceso 12 de marzo de 2014. <http://mondodmani.org/reportata/iannuzzi01.htm>

<sup>153</sup> George Augustin, *El desafío de la nueva evangelización. Impulso para la revitalización de la fe*, 11.

que anuncia con el testimonio que es posible una vida, en las redes sociales (Facebook), a la manera de Cristo, pide valentía. Esto traerá en ocasiones enfrentamientos con las ideas hegemónicas actuales, en muchos casos pueden producir la persecución, la incompreensión y el intento los llamados magisteriales de la Iglesia. Esta situación no debería desanimar pues no se pretende ser masa sino fermento. Una radiografía muy completa de lo anterior es ofrecida por Kasper en las siguientes líneas:

Aun cuando hablemos con imaginación, con corazón y de forma razonable, no debemos aferrarnos a la ilusión de que en el futuro podrá existir una relación armoniosa, una síntesis de iglesia y cultura, de fe y saber. Tampoco en el pasado ha existido semejante armonía: en este mundo, no puede darse por principio. El evangelio siempre desentona, y también en el futuro los poderes hostiles a él alzarán la cabeza y le opondrán enconada resistencia. La evangelización siempre se lleva a cabo bajo el signo de la cruz, y únicamente pasando por la cruz es posible la esperanza en la nueva vida de la Pascua <sup>154</sup>

La comunidad eclesial se ha convertido en una “contracultura, pues ya no se tiene el soporte cultural cristiano y “donde la fe y la vida espiritual de los cristianos encuentran ahora muchas dificultades ambientales que no existían antes”, dado que antes en aquella sociedad había muchos alicientes y ayudas para ser cristiano con los que ya no se puede contar. En frases del Papa Francisco:

Un anuncio renovado ofrece a los creyentes, también a los tibios o no practicantes, una nueva alegría en la fe y una fecundidad evangelizadora. En realidad, su centro y esencia es siempre el mismo: el Dios que manifestó su amor inmenso en Cristo muerto y resucitado. *Evangelii Gaudium* 11

---

<sup>154</sup> Walter Kasper, *La nueva evangelización: un desafío pastoral, teológico y espiritual - El desafío de la nueva evangelización. Impulso para la revitalización de la fe*, 31. Acceso 12 de mayo de 2015, <http://www.redlaical.es/files/KASPER-1.pdf>.

Otra de las características es su comunión eclesial y su compromiso comunitario, ya que nunca puede la ciberevangelización ser un ejercicio fuera de los lazos de una comunidad concreta, en particular la comunidad parroquial. En este propósito tienen un especial protagonismo los laicos, como responsables del mundo y el diálogo entre la fe y la vida, pero debe como lo advierte el mismo Cadavid “en primer lugar, abandonar un cierto clericalismo evangelizador, que ha caracterizado a la Iglesia del Continente, de tal manera que cada cristiano se haga protagonista de la evangelización. Exige también, abandonar un cierto eclesiocéntrismo, que ha llevado a la Iglesia a desinteresarse tantas veces de los problemas humanos, para reclamar del cristiano su presencia en todo lo humano y su apertura a cada situación concreta, cultura, raza y pueblo”<sup>155</sup>. Esto constituye una misión universal, que pide salir de sí mismo para ir al mundo de misión, y en este caso de inculturación en el mundo digital en un diálogo respetuoso que renuncie a la pretensión de dominio<sup>156</sup> pero que no renuncie a su verdad.

---

<sup>155</sup> Álvaro Cadavid, *La Nueva Evangelización. Itinerario, identidad y Características a partir del Magisterio Episcopal Latinoamericano* (Bogotá: CELAM, 2012).126.

<sup>156</sup> “*The Church’s evangelization efforts can also learn from the errors of print culture. Two stand out: authority and structure. At the beginnings of print technology, governments and churches sought to control the new media and to assert their authority by coercion and censorship rather than, in our terms, to evangelize the culture. This kind of evangelization rests less on force than on understanding. Since the Church exists within human cultures, it both shapes and is shaped by those cultures. Effective evangelization begins with dialogue, a dialogue symbolized by the interactive qualities of digital culture. Since the culture of the digital world expresses itself through an ethic of equality and exchange, the Church must “learn the local language” in evangelization. This need not mean that the evangelical message has no authority, but that the authority draws its expression from its own integrity, much as St. Paul preached Christ crucified rather than the wisdom of the Greeks. A similar lesson applies to structure. The early period of print culture tried simply to move the dominant oral and manuscript culture to print, along with their supporting university, chancellor, and ecclesiastical structures. But the print culture itself so dramatically changed schools, governments, and churches that it took centuries for the existing institutions to adjust. The digital cultures demand a flexibility: one cannot simply transfer print resources to an electronic form—the structures do not work the same way. An evangelization in the digital culture will differ from the evangelization developed by the Church over the last centuries. Here, too, the focus must remain on Christ and not on any past method*”. Paul

### 2.3. CIBEREVANGELIZAR UN MUNDO POSTMODERNO Y GLOBALIZADO.

La Posmodernidad<sup>157</sup> o modernidad leve<sup>158</sup>, tiene según Berzoza las siguientes características<sup>159</sup>:

---

Soukup, "Challenges for Evangelization in the Digital Age" (Conferent, *Continental Congress on the Church and Information Society*, Monterrey, Mexico April 3, 2003).

<sup>157</sup> "La posmodernidad no es una época que se halle después de la modernidad como etapa de la historia. El "post" de la posmodernidad, a juicio de Gianni Vattimo<sup>2</sup>, es "espacial" antes que "temporal". Esto quiere decir que estamos sobre la modernidad. La Posmodernidad no es un tiempo concreto ni de la historia ni del pensamiento, sino que es una condición humana determinada, como insinúa Lyotard en La condición postmoderna<sup>3</sup>. El término posmodernidad nace en el dominio del arte y es introducido en el campo filosófico hace tres décadas por Jean Lyotard con su trabajo La condición postmoderna<sup>4</sup>. Jean-Francois Lyotard explica la Condición postmoderna de nuestra cultura como una emancipación de la razón y de la libertad de la influencia ejercida por los "grandes relatos", los cuales, siendo totalitarios, resultaban nocivos para el ser humano porque buscaban una homogeneización que elimina toda diversidad y pluralidad: "Por eso, la Posmodernidad se presenta como una reivindicación de lo individual y local frente a lo universal. La fragmentación, la babelización, no es ya considerada un mal sino un estado positivo" porque "permite la liberación del individuo, quien despojado de las ilusiones de las utopías centradas en la lucha por un futuro utópico, puede vivir libremente y gozar el presente siguiendo sus inclinaciones y sus gustos". La posmodernidad, dice Lyotard, es una edad de la cultura. Es la era del conocimiento y la información, los cuales se constituyen en medios de poder; época de desencanto y declinación de los ideales modernos; es el fin, la muerte anunciada de la idea de progreso". Adolfo Vásquez Rocca, "La posmodernidad. Nuevo Régimen de Verdad, Violencia metafísica y fin de los metarrelatos". *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* 29, número 1. Acceso 16 de octubre de 2016, file:///C:/Users/Nicolas/Downloads/26807-26826-6-PB.PDF

<sup>158</sup> "Se o início da modernidade estava marcado pela conquista e delimitação do espaço, pela carreira sólida, pela rotina dos trabalhos nas fábricas, pelas construções robustas, pelas máquinas pesadas, pela solidez dos relacionamentos, a modernidade leve veio para diluir esses pesos, tempos e espaços. A marca da modernidade leve é a difusão de fronteiras, a desterritorialização: a dinamicidade do trabalho virtual, a interação por conexão em rede, a instantaneidade, a era dos produtos descartáveis, da liquidez dos relacionamentos, do jeito leve de ser. A sociedade contemporânea caracteriza-se por constantes mudanças, pela pressa, pela informação, pela informatização, mobilidade e dinamismo, enfim, pela globalização Renilda Krause, *O Aconselhamento Pastoral Virtual: A partir de um estudo da Telefonseelsorge na Internet e da Maranataonline*, (Porto Alegre: Novas Edições Acadêmicas, 2015), 17.

<sup>159</sup> Raúl Berzoza, *Evangelizar en una nueva cultura. Respuesta a los retos de hoy* (Madrid: San Pablo, 1997), 10.

- Parece que no es un fenómeno compacto y se puede hablar de diferentes postmodernidades. La del desencanto, la de la resistencia y la neoconservadora.
- La postmodernidad del desencanto, en su versión común, es sinónimo de desmitificación de la modernidad, de ruptura abierta con sus mitos. Se acusa a la modernidad de decadencia y origen de todos los males: destrucción ecológica, muerte del sujeto ético, anti humanismo estructural y político y otros males que han producido una grave e irreversible crisis de civilización. En otras palabras, de la modernidad, sólo se ha puesto en práctica la versión de dominio y explotación.
- Paralelamente a la referida postmodernidad decadente, ha ido surgiendo otro acento postmoderno: la resistencia. Parte de la modernidad, pero denunciando nutriciamente que la modernidad está sin estrenarse. Que la modernidad, junto a la cara de dominio y explotación, ofrecía la de la utopía escondida en las palabras igualdad, fraternidad, libertad, solidaridad y otras similares. Se puede redescubrir esa modernidad olvidada.
- Finalmente, poco a poco, la postmodernidad, va mostrando otro rostro: el de la postmodernidad neoconservadora. Quiere recoger la versión de dominio de la modernidad, y sin renunciar a ella, reconvertir la utopía en los moldes del neoliberalismo.

El sociólogo y filósofo contemporáneo Zygmunt Bauman habla de una “modernidad líquida” para describir la vida actual donde las relaciones y las cosmovisiones parecen estar atravesadas por lo pasajero, lo difuso, lo

desechable y lo temporal, aspectos que permiten comprender el contexto al que se confronta La ciberevangelización; Jiménez<sup>160</sup> hace una síntesis de Bauman en los siguientes términos:

El individualismo en la modernidad líquida se remite como una característica obligada en la sociedad, debido a la desconfianza que ha surgido entre personas y el temor de contar con un futuro impredecible, el autoempleo se ha convertido en el método más rentable; la modalidad laboral tradicional ha dejado de ser opción para muchos, pues, la era tecnológica los ha envuelto en una diversidad de alternativas que ofrece fuentes de ingresos con un *modus operandi* volátil que fluye en la redes del mercadeo virtual.

Por ello, la interacción presencial entre individuos cada vez es menor, y por ende los vínculos amistosos y afectivos dejan de ser un lazo sólido. La “amistad” que surge entre los nativos digitales inicia con una solicitud de amistad enviada a través de diversas redes sociales o con un clip al *mouse* que los hace parte de un juego virtual en donde su interacción fluye adoptando el rol de personajes provenientes de los *comics* que lanza la mercadotecnia infantil.

La infancia actual no forja una amistad afectiva, pero cuenta con más vínculos amistosos en su mundo virtuoso, si en este escenario surgiera una diferencia entre un par de amigos, lo único que podría pasar es eliminar ese enlace del círculo en la red sin la menor pesadez, puesto que tendría muchos amigos más en su comunidad virtual, no obstante, sólo serían vínculos debiles.

La liquidez de la modernidad ha hecho lo propio también con el consumismo, nada ha quedado de aquella modalidad de consumo en el que se obtenía un producto por la necesidad que cubría, ahora, se compran experiencias, dicho de otro modo, se obtienen productos sin que éstos lleguen a su fase de descomposición, más bien los adquieren porque el mercado constantemente lanza productos innovadores y desechables. La experiencia de obtener la sofisticación continua de los productos es lo que ahora predomina, ya no más el cubrimiento de las necesidades existentes.

---

<sup>160</sup> Aníbal Jiménez, “Modernidad sólida vs Modernidad Líquida”, *AZ Revista de Educación y Cultura* (2017). Acceso 01 octubre de 2017, <http://www.educacionyculturaaz.com/noticias/modernidad-solida-vs-modernidad-liquida>. Acceso enero 20 de 2017.

Otra característica de este nuevo patrón consumidor, es la facilidad de obtener productos al instante, el crédito a largo plazo contribuyó a cambiar la prioridad de cubrir necesidades por el placer de tener productos sofisticados aún sin contar con los costos requeridos. Es común ver en nuestros días a personas gastando más de lo que ganan, apropiándose de innecesarias deudas por cubrir los deseos desmedidos de innovar su estilo de vida constantemente; este factor conlleva a laborar necesariamente sólo para solventar lo único que nos pertenecerá por mucho tiempo, la “eterna” deuda.

Lo líquido de la modernidad también afecta la sociabilidad, como lo describe Sibilia<sup>161</sup>:

En un esfuerzo por entender los sentidos de estos fenómenos, algunos estudiosos aluden a la sociabilidad líquida o a la cultura somática de nuestro tiempo, que harían surgir un tipo de yo más epidérmico y dúctil, capaz de exhibirse en la superficie de la piel y de las pantallas. Se habla también de personalidades alterdirigidas y no más introdirigidas, construcciones de sí orientadas hacia la mirada ajena o “exteriorizada” en su proyección visual. Incluso se analizan las diversas bioidentidades que proliferan hoy en día, como desdoblamientos de un tipo de subjetividad que se apuntala en los rasgos biológicos (genéticos o cerebrales, por ejemplo) o en el aspecto físico de cada individuo, en vez de tejerse secretamente alrededor de aquel núcleo etéreo y ya algo añejo considerado “interior” y, por tanto, tan invisible como misterioso

Lacroix habla que aún el mismo tiempo en este mundo tan veloz se *“rompe en pedazos”* se está en el reino de los *“plazos cortos”* y de la *solución rápida de los problemas. No se vive el tiempo en profundidad: este tiempo hecho de pedazos y fragmentos es el tiempo de la cultura, de las presentaciones sociales*<sup>162</sup>. Es aquí,

---

<sup>161</sup> Paula Sibilia, “La escuela en un mundo hiperconectado: ¿redes en vez de muros?: *Revista Educación y Pedagogía* 24, número 62, (enero-abril 2012). Acceso 10 de enero de 2015 ,file:///C:/Users/Nicolas/Downloads/Dialnet-LaEscuelaEsUnMundoHiperconectado-4161082.pdf.



que aparece como desafío hablar de eternidad, en un mundo que parece haberse limitado a sí mismo a vivir momentos pasajeros.

Por su parte Aguilar resalta el hecho que la globalización privilegia lo urbano sobre lo rural afectando también los ritmos religiosos:

Desaparece la vida rural y sedentaria, desaparecen los ritmos y calendarios centrados en la liturgia y en el calendario cristiano, desaparece la fuerza cohesionante en la fe, en la vida moral, en la familia y en las actividades sociales, cambian las actitudes, las sensibilidades, las aspiraciones y los temores, los haberes y las carencias de las personas. La gente piensa, siente y vive de otra manera. <sup>163</sup>

Correa<sup>164</sup> afirma que la Iglesia *no cumpliría el encargo divino si de entrada rechaza la cultura postmoderna, como mala o imposible de evangelizar. Todo evangelizador ha de ayudar al hombre, en todo tiempo, a encontrar la verdad revelada y no obstaculizar o dificultarla con prejuicios, teniendo presente que la revelación siempre ha llegado al hombre envuelta en su propia cultura, sea judía, romana, bárbara, indígena, africana etc.* <sup>165</sup> y aún más desafiante es comprender que se está llegando a una hipermodernidad<sup>166</sup>.

---

<sup>162</sup> Xavier Lacroix, “¿Por qué hablar de duración y de fidelidad en una cultura de lo provisional y lo frágil?”, *Selecciones de Teología*, Volumen 48, No 192 (Octubre – diciembre 2009): 337.

<sup>163</sup> Fernando Aguilar, *Evangelizar...* 167.

<sup>164</sup> Jaime Correa, *Evangelizar la Postmodernidad desde América Latina* (Bogotá: CELAM, 2000), 60.

<sup>165</sup> Jaime Correa, *Evangelizar la Postmodernidad desde América Latina ...* 60.

<sup>166</sup> Es muy interesante considerar que se está hablando ya no de una post-modernidad sino de una hipermodernidad. A continuación, presentará en una nota extensa algunos párrafos que describen esta teoría:

*Un phénomène conjoncturel assez révélateur semble annoncer le crépuscule postmoderne, à savoir la multiplication des références à des événements dont l'« hyper » est le dénominateur commun (hyperterrorisme, hyperpuissance, hyperconsommation, hyperproduction, hyperactivité, hyperlien, hypertexte, etc.)... un changement de paradigme*

Con esto no se quiere decir que se asuma una posición acrítica a situaciones como el relativismo moral y la falta de fundamentos sólidos que parecen caracterizar la postmodernidad. Sino por el contrario, es un llamado a estar atentos a no permanecer desfasados, como ha ocurrido en otros momentos de la Historia, con graves consecuencias de abandono de los destinatarios cuando ocurrieron cambios en el contexto universal.

Siguiendo un buen consejo, Correa recuerda que se “trata de adoptar una actitud comprensiva que asuma lo nuevo de la postmodernidad, como lo ha hecho la Iglesia en otras instancias, aunque desdichadamente, con relación a la modernidad, desde haberla rechazado y anatematizado, se separó del mundo

---

*au sein de nos sociétés démocratiques, qui disqualifie le postmoderne au profit de l'hypermoderne, comme si la postmodernité à titre de concept ne parvenait plus à rendre compte de leur évolution récente.*

*C'est pourquoi nous sommes entrés dans l'ère de l'hypermodernité, que l'on peut définir comme étant une modernité dépourvue de toute illusion et de tout concurrent, c'est-à-dire une modernité radicale caractérisée par l'exacerbation et l'intensification de la logique moderne au sein de laquelle les droits de l'homme et la démocratie sont devenus des valeurs incontournables, le marché s'est développé de manière exponentielle, jusqu'à envahir toutes les sphères de l'existence, et la biotechnologie a remis en question la notion même d'humanité. L'étape postmoderne aura eu pour effet de nous libérer des grands discours tout en nous réconciliant avec les principes modernes sans pour autant se faire d'illusion à leur propos, elle n'aura en rien aboli la modernité.*

L'on peut caractériser la sortie de la postmodernité par trois éléments essentiels: l'hypermodernité, l'hyperconsommation et l'hyperindividualisme. Par « hypermodernité », il faut entendre une société libérale caractérisée par une logique paradoxale, qui existait déjà dans la modernité mais qui est désormais poussée à l'extrême, où coexistent d'un côté la crispation, la réaction, le conservatisme, le repli identitaire, le retour à la tradition, mais à une tradition recyclée par la logique de la modernité; et de l'autre, le mouvement, la fluidité, la flexibilité, le détachement à l'égard des grands principes structurants de la modernité (la Nation, l'État, la religion, la famille, les partis politiques, les syndicats), qui ont dû s'adapter au rythme hypermoderne pour ne pas disparaître »

Sebastien Charles, “De la postmodernité à l'hypermodernité” *Revue Argument, Politique, société* (2005). Acceso 20 de noviembre de 2014, <http://www.revueargument.ca/article/2005-10-01/332-de-la-postmodernite-a-lhypermodernite.html>

moderno, y sólo vino a reconocer sus valores en el Vaticano II (*Gaudium Et Spes* 36), cuando ya había entrado la postmodernidad”<sup>167</sup>.

Estas nuevas tecnologías, como lo hacen notar Correa y Monje, pertenecen a procesos posmodernos y globalizados, que están asociados a cambios trascendentales en la sociedad contemporánea tales como el surgimiento de nuevos paradigmas de conocimiento, la internacionalización del comercio y el desarrollo de un mercado económico mundial, la cultura planetaria, la comunicación, la ampliación del abanico de posibilidades de acceso a la enseñanza, la participación política, la atención médica, los servicios públicos, las actividades culturales y comunitarias<sup>168</sup>. Barone<sup>169</sup> define esta tendencia a la globalización de la siguiente manera:

Al hablar de globalización es imprescindible acudir a diferentes visiones. Una está referida a su realidad, a su faceta como fenómeno concreto y entendible, que se manifiesta de distintas maneras o dimensiones: a) económica, como liberalización del tráfico de mercancías, bienes y servicios; b) técnico-productiva, que se traduce en la implantación de nuevas tecnologías e internacionalización de la producción; c) político-estratégica, que consolida la victoria del modelo democrático liberal; d) ideológica-cultural, de la mano de la universalización de determinados modelos de valor; etc. Cuando hablamos de entendible no queremos decir que la globalización sea un proceso de definición acabada: el avance vertiginoso de los acontecimientos no nos permite saber hacia dónde van todas estas transformaciones, aunque algunas se hayan instalado en nuestra cotidianidad.

---

<sup>167</sup> Jaime Correa, *Evangelizar la Postmodernidad desde América Latina...* 58.

<sup>168</sup> Arlovich Correa, Carlos Monje, “Comunicación y ciudadanía en Internet” (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana, 2002), 44.

<sup>169</sup> Myriam Barone, Ponencia “Globalización y postmodernidad: Encrucijadas para las políticas Sociales del nuevo milenio” (CEPAL. Reunión de Expertos sobre Globalización, Cambio Tecnológico y Equidad de Género, Sao Paulo, Brasil, 5 y 6 de noviembre de 2001). Acceso 12 de septiembre de 2015, <http://www.cepal.org/mujer/noticias/noticias/0/8260/posmodernidad.pdf>

Rodriguez<sup>170</sup> señala los siguientes aspectos positivos de la globalización:

-Expansión y prevalencia de la democracia, de los derechos humanos y de las entidades que los defienden.

-Ha supuesto un gran desarrollo de los siguientes campos: el tratamiento de la información, los sistemas de transportes, y la tecnología de procesos y organización de recursos humanos.

-Internacionalización de la economía que ha dado lugar a que la riqueza, el consumo y los mercados lleguen a lugares antes impensables y a zonas emergentes.

-Aceleración en la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, sobre todo de comunicación, que aportan grandes beneficios a la humanidad.

-Disminuye la labor del Estado excesivamente extensa y onerosa a nivel económico y social.

-Ha ocasionado un gran incremento a nivel mundial de los niveles de producción, renta, bienestar y desarrollo.

-Puede ayudar a que se pongan en duda la primacía de los valores económicos y se opte por unos valores más dignos, más humanos.

---

<sup>170</sup> Juan Carlos Rodriguez, "La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria" (Tesis de Doctorado, Facultad de Educación. Departamento de didáctica y organización escolar, Universidad de Málaga, 2010), 115.

-Fomenta la libre competencia a nivel mundial. Aporta una mayor libertad individual en comparación con la que pueden asegurar los Estados.

-Hace que las personas más que nunca sepan del resto del mundo.

Pero también, siguiendo a Del Prete<sup>171</sup>, existen también voces críticas a los efectos de la globalización.

La globalización... incentiva la producción, ofreciendo a un mayor número la posibilidad de disfrutar de los bienes de consumo. Pero también es una calamidad para los pueblos emergentes, si el mercado es salvaje, no regulado por las leyes y basado en la ley exclusiva del beneficio. En este caso puede determinar fácilmente una concentración altísima de capitales en manos de pocas compañías multinacionales, que se convertirían en los factores determinantes de la supervivencia misma de los pueblos o en sus opciones socioeconómicas. La globalización está capacitada para crear pobreza nuevas y duras, porque millones de personas son "globalizadas" sin sacar ningún beneficio de esta nueva dinámica de mercado. Se corre el riesgo real de que enteras poblaciones resulten privadas incluso de lo poco que tenían de su tiempo, de su hábitat, y de su misma visión de vida, que se contentaban y vivían satisfechas de lo necesario, sin poder tener acceso a aquellos bienes que la nueva economía prometía.

De igual manera se puede develar una tendencia a imponer una cultura hegemónica, que ocasiona la pérdida cultural y la invisibilización de las minorías y de aquellos sectores que tienen menor acceso a los medios. Otro fenómeno social fruto de la globalización es el aumento del número de migraciones (síndrome de Ulises)<sup>172</sup>.

---

<sup>171</sup> Vito del Prete. *La buena tierra, reflexiones sobre la evangelización* (Roma: Secretaría Internacional de la Pontificia Unión Misional, 2010), 182.

<sup>172</sup> "Síndrome de Ulises El fenómeno de la globalización ha traído un aumento exponencial de los movimientos migratorios. Esta riada humana busca encontrar un lugar donde mejorar su calidad de vida. Éste camino del emigrante está plagado de problemas, ya que en la mayoría de los casos todo parece estar en su contra y les es muy difícil conseguir sus sueños. Toda esta incertidumbre sufrida

En cuanto al consumismo, El Papa Francisco señala los siguientes riesgos:

El gran riesgo del mundo actual, con su múltiple y abrumadora oferta de consumo, es una tristeza individualista que brota del corazón cómodo y avaro, de la búsqueda enfermiza de placeres superficiales, de la conciencia aislada. Cuando la vida interior se clausura en los propios intereses, ya no hay espacio para los demás, ya no entran los pobres, ya no se escucha la voz de Dios, ya no se goza la dulce alegría de su amor, ya no palpita el entusiasmo por hacer el bien. Los creyentes también corren ese riesgo, cierto y permanente. Muchos caen en él y se convierten en seres resentidos, quejosos, sin vida. Ésa no es la opción de una vida digna y plena, ése no es el deseo de Dios para nosotros, ésa no es la vida en el Espíritu que brota del corazón de Cristo resucitado. *Evangelii Gaudium* 2

Una globalización con sus luces y sombras, puede ser una oportunidad, para los creyentes de hacer global la solidaridad desde los valores religiosos, desde la posibilidad de su catolicidad (universalidad). El CELAM invita a aprovechar las nuevas formas de “colaboración internacional entre personas y comunidades (globalización desde abajo), ya sea como apoyos solidarios en proyectos o como protestas y propuestas coordinadas ante situaciones de injusticia”<sup>173</sup>. Desde este horizonte se puede invitar a considerar la responsabilidad que los files tienen en el

---

por estos seres humanos no deja indemne su salud mental que se vuelve quebradiza ante los avatares de su oscuro destino. Además, el ataque a su salud mental, entre otros trastornos, se ve afectado por el denominado Síndrome de Ulises o Síndrome del emigrante con estrés crónico y múltiple. Achotegui (2007:493 y 497) opina que el Síndrome de Ulises “se caracteriza, por un lado, porque la persona padece unos determinados estresores o duelos y, por otro, porque aparece un amplio conjunto de síntomas psíquicos y somáticos que se enmarcan en el área de la salud mental”. Más adelante el autor concreta esos estresores en los siguientes: La soledad, el duelo por el fracaso del proyecto migratorio, la lucha por la supervivencia y el miedo”. Juan Carlos Rodríguez, “La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria” (Tesis de Doctorado, Facultad de Educación. Departamento de didáctica y organización escolar, Universidad de Málaga, 2010), 154.

<sup>173</sup> CELAM, *Globalización y Nueva Evangelización en América Latina. Reflexiones del CELAM, 1999 – 2003* (Bogotá: Esfera editores, 2003), 14.

inicio de procesos de auto análisis sobre su actuar en el mundo, de su presencia en el continente digital y de la misión de anunciar a Dios.

#### **2.4. CIBEREVANGELIZAR UN MUNDO EN RED.**

Evangelizar, como realidad cristiana, implica la participación de todos los bautizados en anunciar con palabras y hechos a Jesucristo en su red familiar, lugar de trabajo, de estudio, de recreación y de redes, los cuales son escenarios que requieren el anuncio y el testimonio de Dios vivo, ya que el mandato misionero implica llegar a todos los rincones de la existencia, incluyendo el continente digital.

La Congregación para la Doctrina de la Fe, en nota doctrinal acerca de algunos aspectos de la evangelización (aplicable a las redes), dice:

El término evangelización tiene un significado muy rico. En sentido amplio, resume toda la misión de la Iglesia: toda su vida, en efecto, consiste en realizar la traditio Evangelii, el anuncio y transmisión del Evangelio, que es «fuerza de Dios para la salvación de todo el que cree» (Rm 1, 16) y que en última instancia se identifica con el mismo Cristo (1 Co 1, 24). Por eso, la evangelización así entendida tiene como destinataria toda la humanidad. En cualquier caso, evangelización no significa solamente enseñar una doctrina sino anunciar a Jesucristo con palabras y acciones, o sea, hacerse instrumento de su presencia y actuación en el mundo.<sup>174</sup>

---

<sup>174</sup> Congregación para la doctrina de la Fe. Nota Doctrinal acerca de algunos aspectos de la evangelización. Numeral 2. (Roma, 3 de diciembre de 2007).  
[http://www.vatican.va/roman\\_curia/congregations/cfaith/documents/rc\\_con\\_cfaith\\_doc\\_20071203\\_nota-evangelizzazione\\_sp.html](http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/documents/rc_con_cfaith_doc_20071203_nota-evangelizzazione_sp.html)

El ir de misión para evangelizar entre las redes sociales no es solo anunciar unas prácticas o una doctrina, sino principalmente otorgar un sentido vital a toda la existencia en un mensaje universal, que como bien lo recuerda Evangelii Nuntiandi es “llevar la Buena Nueva a todos los ambientes de la humanidad y, con su influjo, transformar desde dentro, renovar a la misma humanidad“ (EN 18).

Una evangelización que dé sentido a la historia de la humanidad en medio de las nuevas realidades de interconexión, no es solo anuncio sino interpretación y vivencia, ya que no basta anunciar a Cristo o constituir comunidades en su nombre, sino que la realidad del Evangelio “debe prolongarse hasta provocar en quienes han recibido la fe un proceso de reflexión sobre su propia situación existencial y cultural que desemboque en una efectiva irradiación histórica y social del Evangelio”<sup>175</sup>.

El mundo actual llama con urgencia a *construir una auténtica comunidad participativa en la que todos, sin discriminaciones ni prepotencias, tengan acceso a los bienes materiales y espirituales, se hace palpable la presencia unificadora del Espíritu de Dios y se produce la verdadera comunicación que supera las barreras de la diversidad de lenguas y de culturas – aunque respetando la pluralidad- (Hch 2,1-1)*<sup>176</sup>.

Una comprensión de las redes sociales hace práctica la posibilidad de una propuesta eclesial de evangelización que no sólo lleve contenidos religiosos, sino

---

<sup>175</sup>José Luis Illanes, *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio...* 37.

<sup>176</sup> Gabriel Jaime Perez. CELAM, “La Comunicación Social en el Magisterio de la Iglesia, Trasfondo bíblico y evolución del magisterio de la Iglesia Católica Sobre la Comunicación Social” (Bogotá: CELAM, 1997), 24.



que explore un acompañamiento eclesial a las personas en red, en tiempos extendidos, interactuando como sociedades virtuales internacionales y en respuesta a inquietudes religiosas ya existenciales manifiestas por los usuarios actuales de internet. Citando al Papa Benedicto XVI<sup>177</sup>:

Las redes sociales son el fruto de la interacción humana, pero, a su vez, dan nueva forma a las dinámicas de la comunicación que crea relaciones; por tanto, una comprensión atenta de este ambiente es el prerrequisito para una presencia significativa dentro del mismo.

Es necesario, acerca de las redes sociales, y en este caso particular Facebook, superar e ir más allá de los prejuicios que se tienen sobre ellas a encontrar en las redes una posibilidad de discipulado y de misión que reconoce que estas redes pueden “facilitar formas de cooperación entre pueblos de diversos contextos geográficos y culturales, permitiéndoles profundizar en la humanidad común y en el sentido de corresponsabilidad para el bien de todos<sup>178</sup>.

Apoyando el párrafo anterior en palabras de Aparecida:

Puestos al servicio del Evangelio, ellos ofrecen la posibilidad de extender casi sin límites el campo de audición de la Palabra de Dios, haciendo llegar la Buena Nueva a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia ‘proclama desde las azoteas’ (cf. Mt 10, 27; Lc 12, 3) el mensaje del que es depositaria. En ellos encuentra

---

<sup>177</sup>BENEDICTO XVI, "Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización"

<sup>178</sup> BENEDICTO XVI. Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI al inicio de la Jornada Mundial de la Comunicación Social. "Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad." (Mensaje del Santo Padre Benedicto XVI para la 43 Jornada Mundial de la Comunicación Social, mayo de 2009).

una versión moderna y eficaz del 'púlpito'. Gracias a ellos puede hablar a las multitudes<sup>179</sup>.

Existe en diferentes sectores un temor no expreso a que la reflexión teológica, eclesiológica o pastoral sobre las comunidades en internet pretenda desplazar las manifestaciones, estructuras y métodos actuales de la Iglesia, frente a esto, Aparecida parece anticipar una respuesta al afirmar que los contactos comunicativos en redes *no sustituyen las relaciones personales ni la vida comunitaria local. Sin embargo, los sitios pueden reforzar y estimular el intercambio de experiencias y de informaciones que intensifiquen la práctica religiosa a través de acompañamientos y orientaciones*<sup>180</sup>.

Se resalta las potencialidades de uso de las redes sociales que llevadas "a cabo con respeto, salvaguarda de la intimidad, responsabilidad e interés por la verdad, pueden reforzar los lazos de unidad entre las personas y promover eficazmente la armonía de la familia humana"<sup>181</sup>, así mismo se debe asumir las dificultades y peligros que se manifiestan en su uso inadecuado y que requieren ser también evangelizados, sanados e iluminados con la luz del Resucitado.

---

<sup>179</sup> CELAM. V Conferencia General del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. Brasil. Aparecida, 13-31 de mayo de 2007. Número 485.

<sup>180</sup> CELAM. Aparecida...485.

<sup>181</sup> BENEDICTO XVI, "Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización".

Benedicto XVI en su mensaje a la Jornada Mundial de la **S** Comunicaciones Sociales del 2013<sup>182</sup>, ofrece un panorama que justifica la acción de redes sociales, entre otras razones:

- Se valora las redes como instrumento de evangelización.
- Las describe como Factor de desarrollo humano.
- Señala que en *algunos contextos geográficos y culturales en los que los cristianos se sienten aislados, las redes sociales permiten fortalecer el sentido de su efectiva unidad con la comunidad universal de los creyentes.*
- Las redes *ofrecen la posibilidad de compartir fácilmente los recursos espirituales y litúrgicos, y hacen que las personas puedan rezar con un renovado sentido de cercanía con quienes profesan su misma fe.*
- La implicación *auténtica e interactiva con las cuestiones y las dudas de quienes están lejos de la fe nos debe hacer sentir la necesidad de alimentar con la oración y la reflexión nuestra fe en la presencia de Dios.*
- Se valora que *existen redes sociales que, en el ambiente digital, ofrecen al hombre de hoy ocasiones para orar, meditar y compartir la Palabra de Dios.*
- Expone la posibilidad que *estas redes pueden asimismo abrir las puertas a otras dimensiones de la fe.*
- Se constata que *muchas personas están descubriendo, precisamente gracias a un contacto que comenzó en la red, la importancia del encuentro*

---

<sup>182</sup> BENEDICTO XVI, "Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización".

*directo, de la experiencia de comunidad o también de peregrinación, elementos que son importantes en el camino de fe.*

- *Tratando de hacer presente el Evangelio en el ambiente digital, podemos invitar a las personas a vivir encuentros de oración o celebraciones litúrgicas en lugares concretos como iglesias o capillas.*
- *Se requiere coherencia y unidad en la expresión de nuestra fe y en nuestro testimonio del Evangelio dentro de la realidad en la que estamos llamados a vivir, tanto si se trata de la realidad física como de la digital.*
- *Recuerda que ante los demás, estamos llamados a dar a conocer el amor de Dios, hasta los más remotos confines de la tierra.*

En el núcleo de una justificación de uso de las redes, se puede afirmar con Benedicto XVI que *“la capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos”.*

## **2.5. CIBEREVANGELIZAR EN CLAVE DE MISIÓN.**

El Papa Juan Pablo II habló de Internet como “el primer areópago de la edad moderna”, y declaró que “no basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio auténtico de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en

esta 'nueva cultura' creada por la comunicación moderna"<sup>183</sup>, un espacio que requiere ser evangelizado<sup>184</sup>.

Los cibervangelizadores encuentran en la vida de Jesús el modelo práctico del perfecto comunicador con su testimonio, con su palabra y su praxis. Camina, cena, enseña, sana, se enoja, llora, se entristece, ama, siente miedo, siente compasión, siente sed, comparte, ora, y también se puede intuir que jugaba, trabajaba, reía, acariciaba, abrazaba, se sorprendía, aprendía, vivía con su familia, discutía, soñaba y con todo esto anunciaba el reinado de Dios, pues como lo afirma la Escritura enseñaba como quien tiene autoridad, y no como los escribas o los fariseos. Él revela verdaderamente al Padre:

El mismo, carne y habitando en la tierra, entró como hombre perfecto en la historia del mundo, asumiéndola y recapitulándola en sí mismo. El es quien nos reveló que Dios es Amor, a la vez que nos enseña que la ley fundamental de la perfección humana, y, por tanto, de la transformación del mundo, es el mandamiento nuevo del amor<sup>185</sup>.

Sus destinatarios no quedan indiferentes ante ese mensaje, su lenguaje es cotidiano, es dialogal, es vital, se encarna en las palabras humanas y toca la vida de los creyentes y llama a la conversión de los corazones. Jesús, habla con parábolas, con ejemplos, con situaciones de la vida cotidiana, es un maestro de la palabra que llega a lo más profundo de los corazones. Sus gestos y enseñanzas son tan fuertes que aún hoy, hacen estremecer y confrontan con la propia realidad,

---

<sup>183</sup> JUAN PABLO II. "Carta Encíclica Redemptoris Missio". Roma 7 de diciembre de 1990. Número 37, [http://w2.vatican.va/content/johnpaulii/es/encyclicals/documents/hf\\_jpii\\_enc\\_07121990\\_redemptoris-missio.html](http://w2.vatican.va/content/johnpaulii/es/encyclicals/documents/hf_jpii_enc_07121990_redemptoris-missio.html)

<sup>184</sup> Reflexiones en el Libro "Retos Propuestos por Internet a la iglesia en el camino de la ciberevangelización". Fabián Salazar Guerrero (Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2010)

<sup>185</sup> VATICANO II. Constitución Pastoral Gaudium et Spes...38.

el servicio a los demás y la fidelidad a Dios y al proyecto del Reino. Y junto al Espíritu Santo hacen posible la salvación verdadera, en palabras del Concilio:

Para que esto se realizara plenamente, Cristo envió de parte del Padre, al Espíritu Santo, para que llevara a cabo interiormente su obra salvífica e impulsara a la Iglesia a extenderse a sí misma. El Espíritu Santo obraba ya, sin duda, en el mundo antes de que Cristo fuera glorificado. Sin embargo el día de Pentecostés descendió sobre los discípulos para permanecer con ellos para siempre; la Iglesia se manifestó públicamente ante la multitud; comenzó la difusión del Evangelio por la predicación y fue, por fin, prefigurada la unión de los pueblos en la catolicidad de la fe por medio de la Iglesia de la Nueva Alianza, que habla en todas las lenguas, comprende y abraza en la caridad todas las lenguas y supera así la dispersión de Babel<sup>186</sup>.

El Espíritu otorga las condiciones de una verdadera comunicación entre los seres humanos entre sí y de la humanidad otorgando su libertad “el viento sopla donde quiere, y oyes su voz, pero no sabes de dónde viene ni a dónde va. Así es todo lo que nace del Espíritu” (Jn 3, 8) y disponiendo su mediación “de igual manera el Espíritu viene en ayuda de nuestra flaqueza, pues nosotros no sabemos como pedir para orar como conviene; mas el Espíritu intercede por nosotros con gemidos inefables” (Rom 8,26-27):

*El Espíritu Santo lo impulsa a cooperar para que se cumpla el designio de Dios, quien constituyó a Cristo principio de salvación para todo el mundo. Predicando el Evangelio, la Iglesia atrae a los oyentes a la fe y a la confesión*

---

<sup>186</sup> Pablo VI. “Decreto Ad Gentes”. Roma. 7 de diciembre de 1965. Número 4. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19651207\\_ad-gentes\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_sp.html)

*de la fe, los prepara al Bautismo, los libera de la servidumbre del error y los incorpora a Cristo para que por la caridad crezcan en EL hasta la plenitud*<sup>187</sup>.

Todas las características anteriores permiten afirmar que el Espíritu Santo es agente de la comunicación y animador de la comunicación intraeclesial, es posible llamarlo el corazón, el alma de la comunidad, el motor de comunicación de cada cristiano, aplicable también al mundo de las redes. La acción comunicadora del Espíritu Santo rompe los “babeles” actuales de internet y permite que la evangelización en las redes sociales virtuales, se manifieste como un nuevo Pentecostés. Sobre todo, e inspirados por la efusión del Espíritu Santo sobre la comunidad apostólica, es como Pedro inicia el anuncio con valentía y por inspiración y con la fuerza del Espíritu (Hch 2, 14s), ahí se rompen las barreras puestas por los hombres: “Se les aparecieron una lenguas como de fuego que se repartieron y se posaron sobre cada uno de ellos; quedaron todos llenos del Espíritu Santo y se pusieron a hablar en otras lenguas, según el Espíritu les concedía expresarse” (Hch 2,1-14); hoy también al mundo actual es necesario salir con fervor y compromiso en medio de la cibercultura a anunciar al Resucitado.

Ciberevangelizar es asumir la historia presente como historia de salvación y el hecho de la existencia como otra forma de expresar la humanidad a través de los espacios virtuales, una oportunidad histórica para evangelizar al hombre completo y su cultura, testimoniar 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

---

<sup>187</sup> VATICANO II. Constitución dogmática Lumen Gentium. Roma. 21 de noviembre de 1964. Número 17. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19641121\\_lumen-gentium\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_sp.html)

culturas para difundir y explicar el mensaje de Cristo en su predicación a todas las gentes”<sup>188</sup>. Ayer eran las calzadas de Roma y hoy las altas autopistas de la información<sup>189</sup>.

A la comunidad eclesial se le pide explorar nuevos senderos y tomar el riesgo de ir por caminos inéditos, que demuestren la creatividad para dar respuesta a “coyunturas históricas cualitativamente nuevas con respecto a las del pasado, reclaman, en consecuencia, acentos nuevos también en la evangelización a fin de adecuarse a una nueva sociedad cuya apariencia se intuye o entrevé”<sup>190</sup>. Pero este cambio no es cuestión de tener únicamente computadores o dispositivos móviles en las comunidades eclesiales sino en un cambio de actitud que comienza por la propia fe. En palabras de Cadavid<sup>191</sup>:

Es imposible pretender un cambio pastoral si primero no examinamos la manera como estamos pensando e interpretando la fe en cuestiones tan importantes como la imagen de Dios, la intelección de su Palabra, el concepto de revelación, la persona de Jesús, el sentido de la historia donde ese Dios se revela y la comprensión del mundo donde hacemos el camino de la fe. Inevitablemente la interpretación que hacemos de estas realidades, se reflejan en nuestras acciones pastorales.

---

<sup>188</sup> VATICANO II. *Gaudium et Spes*... 58.

<sup>189</sup> “Cuando el cristianismo sólo constituía un puntito de luz en la floreciente cultura del Imperio Romano, las vías de comunicación se convirtieron en el aliado perfecto para los balbuceos de la predicación del Evangelio. Las calzadas romanas, trazadas con increíble destreza, propiciaron la extensión de unas ideas novedosas que habían nacido en un rinconcito del imperio. Una predicación que supo aprovechar los medios humanos que ya existían. Así consiguieron la rápida difusión de un mensaje que el mundo necesitaba con vehemencia”. José Ramón Velasco. “Internet y evangelización”. *Eclesia* 11, número 1, (1997): 117.

<sup>190</sup> José Luis Illanez, *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio* (España: Ediciones Palabras, 1999), 34.

<sup>191</sup> Alvaro Cadavid, *Hacia una nueva evangelización*...1.



Revisar implica creatividad y fidelidad al anuncio del Evangelio, no se puede enmarcar en una fórmula única o en un método infalible, sino que a cada época se le pide actualizar la forma de llegar al mundo para que como comunidad cristiana pueda ser realmente luz, sal y fermento desde una nueva evangelización. Esta creatividad se requiere también dentro del continente digital, pues cada generación pide estar siempre reformándose con “un renovado impulso misionero, expresión de una nueva y generosa apertura al don de la gracia”<sup>192</sup>.

Tanto en el mundo eclesial como en la sociedad se piensa que por decir nuevo o novedoso de inmediato se ejecuta como realidad; es por eso que hay que tener mucho cuidado cuando se hable de nueva evangelización, sin tener un contenido o una experiencia que lo sustente. Sin conversión radicada a Cristo no hay una real nueva evangelización.

Por eso se requiere tener mucho cuidado en no disfrazarse con ropajes para parecer “nuevos” para tratar de ser aceptados en un mundo contemporáneo, ya que no es solo cuestión de evangelizar sino evangelizarse “de nuevo” en un idioma significativa para las realidades actuales y que, para el hombre y la mujer de hoy en el ciber mundo, que les impliquen un sentido para su vida y un compromiso de renovación y transformación en un ambiente de interacción, participación y comunicación compartida<sup>193</sup>.

---

<sup>192</sup> Fisichella, *La nueva evangelización...*13.

<sup>193</sup> “Lo stile del discorso in ambito digitale, soprattutto nel cosiddetto web 2.0, è spontaneo interattivo e partecipativo. Nella Chiesa e come Chiesa, invece, siamo più abituati a predicare, a insegnare, e a rilasciare dichiarazioni. Si tratta innegabilmente di attività non solo importanti, ma fondamentali nella

Para dar este paso *No se trata de repetir las significaciones del pasado, sino de que en las actuales circunstancias salven y den sentido a los problemas de hombres de hoy, así como en el pasado, en el contexto de otros momentos culturales y acontecimientos históricos, dieron sentido y salvación a los hombres*<sup>194</sup>, ya que bien lo dice González Carvajal *salta a la vista que podría plantearse un grave problema si las categorías culturales en que se formula el mensaje cristiano no coincidieran con las categorías culturales de los destinatarios*<sup>195</sup>. Sbardelotto<sup>196</sup> lo describe de la siguiente manera:

---

vita della Chiesa e della sua presenza nel mondo, però le attuali tecnologie comunicative, ci invitano a scoprire che le forme più efficaci di discorso digitale sono quelle che coinvolgono direttamente le persone, che cercano di rispondere ai loro quesiti specifici e che sono aperte al dialogo. Nella Chiesa poi, tutti noi siamo abituati a usare testi scritti – anche lunghi – come modo normale di comunicare con gli altri. In questo contesto, dobbiamo diventare sempre più consapevoli che, in un certo senso, questo non è più il linguaggio dei giovani, abituati ad un linguaggio che vede sempre di più una convergenza tra parola scritta, suono ed immagini. Non dico che il linguaggio precedente non deve essere più utilizzato, cerco solo di aiutare a capire che se vogliamo stabilire un rapporto dialogico con i giovani di oggi dobbiamo utilizzare un linguaggio che loro comprendono. Alla luce di quanto sin qui detto, mi sembra che all'interno della comunità ecclesiale si debbano riscoprire le grandi potenzialità dell'arte, della musica, della letteratura, per esprimere i misteri della nostra fede e riuscire a toccare le menti e i cuori degli uomini e delle donne del nostro tempo. In questo contesto, mi si permetta di sottolineare come molti dei nostri giovani, penso specialmente a quelli del mondo occidentale, non conoscano più l'iconografia cristiana anche quella più essenziale

Non dovremmo rimanere sorpresi se, purtroppo, lo stesso simbolo della croce è sconosciuto a molti delle nuove generazioni che non hanno ricevuto una educazione religiosa, né in famiglia (moltissime sono oggi le coppie che non si sposano né in civile né in religioso) né a scuola. Penso che non possiamo più a lungo presumere che la maggior parte delle persone, anche in paesi tradizionalmente cristiani, abbia una certa familiarità con gli aspetti fondamentali della nostra fede. Nel campo della comunicazione siamo chiamati, pertanto, non a ridurre o diluire il messaggio evangelico per renderlo più facile ed assimilabile per le nuove generazioni, ma siamo certamente chiamati a trovare modi nuovi per comunicare il Vangelo nella sua pienezza". Claudio Maria Celli, "Evangelizzazione e nuove tecniche di comunicazione", Pontificio Consiglio de lla comunicazioni social, 2010 consultado el 22 de octubre de 2014 <http://www.pccs.va/index.php/it/documenti/dicorsi/item/1896-2013-conferenza-di-mons-celli-su-evangelizzazione-e-nuove-tecniche-di-comunicazione> Polonia 2013.

<sup>194</sup>Andrés Vela, *Evangelizar de nuevo, el kerigma cristiano en un mundo roto* (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2010), 31.

<sup>195</sup>, Luis Gonzáles – Carvajal, *Evangelizar en un mundo postcristiano...*145

<sup>196</sup> Moisés Sbardelotto, "Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet" ...19.

*É esse aparente paradoxo entre velho e novo na relação entre experiência religiosa e internet – que retoma, ressignificados, processos e valores históricos e, ao mesmo tempo, intensifica mudanças que já estão ocorrendo na sociedade, fomentando possibilidades inteiramente novas – que está em jogo em uma compreensão mais aprofundada da religiosidade digital online. Esse processo, naturalmente, ocorre em continuidade com fenômenos anteriores, como o tele-evangelismo possibilitado pelo rádio e pela TV, ou ainda com procesos pré-midiáticos, como as celebrações nos templos territorializados.*

Hablar de Evangelio siempre implicará hablar de novedad. Haciendo un rastreo bíblico del concepto Evangelio en la lógica de novedad, se encuentra una profunda relación de estos dos conceptos, como lo expone Kasper:

Ya en los profetas veterotestamentarios y en los salmos, la palabra “evangelio” designa un mensaje de consuelo, esperanza y alegría. Es una situación sin salida desde el punto de vista humano, puesto que Israel vivía en el exilio en Babilonia y las promesas dadas a los padres parecían haberse revelado vanas, el profeta Isaías anuncia el evangelio, esto es, la buena nueva de que el tiempo de desgracia ha terminado y ya despunta un tiempo de salvación. El profeta proclama que Dios ha tomado en sus manos el destino del pueblo y le está dando un giro favorable. Humanamente considerado, este mensaje no era creíble. Asegura que, tratándose de Dios, es posible la esperanza contra toda esperanza<sup>197</sup>.

Una evangelización aplicada a las redes sociales no es más que una actualización del fundamento eterno, el centro vivencial y paradigmático que es y será Jesús, *no solo porque es la fuente de la fe, sino también porque él es modelo de cómo se transmite la fe*<sup>198</sup>. La riqueza de la novedad no solo va de la Iglesia al mundo sino,

---

<sup>197</sup> Walter Kasper, *La nueva evangelización: un desafío pastoral, teológico y espiritual...*26.

<sup>198</sup> CELAM, *Hacia una nueva evangelización - Aportes desde América Latina y el Caribe*. (Bogotá: CELAM, 2012), 87.

desde el mundo aportando a la Iglesia, como lo destaca la Congregación para la Doctrina de la Fe en la nota doctrinal acerca de algunos aspectos de la Evangelización:

La evangelización es, además, una posibilidad de enriquecimiento no sólo para sus destinatarios sino también para quien la realiza y para toda la Iglesia. Por ejemplo, en el proceso de inculturación, «la misma Iglesia universal se enriquece con expresiones y valores en los diferentes sectores de la vida cristiana, [...] conoce y expresa aún mejor el misterio de Cristo, a la vez que es alentada a una continua renovación». La Iglesia, en efecto, que desde el día de Pentecostés ha manifestado la universalidad de su misión, asume en Cristo las riquezas innumerables de los hombres de todos los tiempos y lugares de la historia humana. Además de su valor antropológico implícito, todo encuentro con una persona o con una cultura concreta puede desvelar potencialidades del Evangelio poco explicitadas precedentemente, que enriquecerán la vida concreta de los cristianos y de la Iglesia. Gracias, también, a este dinamismo, la «Tradicición, que deriva de los Apóstoles, progresa en la Iglesia con la asistencia del Espíritu Santo».

A la comunidad eclesial no se le está pidiendo crear un Evangelio nuevo en las redes sociales para tratar de adaptarse al mundo, sino proclamar esa “antigua novedad” que es Jesucristo “Salvación de Dios en la historia, revelación perfecta del Padre y realización de la promesa del Reino, con el cual se identifica totalmente”<sup>199</sup>. Es así como hablar de nueva evangelización es en cierta forma una repetición conceptual, ya que el Evangelio siempre será nuevo, y por esa misma novedad la acción de evangelizar debe estar en permanente actualización y renovación, que no consiste en hacer cambios exteriores sino “de encontrar nuevos paradigmas de comprensión del Evangelio y nuevos Paradigmas de comunicación de su mensaje. Encontrar qué buena noticia puede darse y recibir el hombre de hoy,

---

<sup>199</sup> CELAM, *Hacia una nueva evangelización - Aportes desde América Latina y el Caribe...*112.

que vive en un contexto cultural nuevo”<sup>200</sup> y para este caso en el mundo de las redes sociales.

Una ciberevangelización implicará vivir la experiencia de ser renovados permanentemente, de ser testigos, de “ser hombres nuevos para tiempos nuevos”; la dificultad se encuentra cuando las actitudes, los estancamientos, lugares de confort y las falsas seguridades, han hecho, como lo señala Vela que “el cristianismo para el contexto cultural en que vivimos dejó de ser nuevo, de ser novedad, ha pasado para muchos a formar parte de lo viejo, de lo obsoleto, de lo caduco y hasta de lo estorboso”<sup>201</sup>.

Anunciar en las redes sociales virtuales y en particular Facebook, pedirá como realidad personal y como Iglesia no solo ser, como lo menciona Rubio, nuevo-actual-joven (neós), sino nuevo en cuanto a categoría o naturaleza (kainós)<sup>202</sup>.

Afirma Lumen Gentium que la “Iglesia enriquecida con los dones de caridad, humildad y abnegación, recibe la misión de anunciar el reino de Cristo y de Dios e instaurarlo en todos los pueblos, y constituye en la tierra el germen y el principio de ese Reino confiada en la Palabra del Maestro “El que a vosotros oye, a mi me oye” (Lc. 10,16)<sup>203</sup>.

---

<sup>200</sup> Luis Rubio, *Nuevas vocaciones para un mundo nuevo - Laicos, religiosos y presbíteros para una nueva evangelización* (Salamanca: Sigueme, 2002), 27.

<sup>201</sup> Andrés Vela, *Evangelizar de nuevo el kerigma cristiano en un mundo roto...28*.

<sup>202</sup> Luis Rubio, *Nuevas vocaciones para un mundo nuevo - Laicos, religiosos y presbíteros para una nueva evangelización...26*.

<sup>203</sup> VATICANO II. “Constitución Dogmática Lumen Gentium”. Roma. 21 de noviembre de 1964. Número 5.

Puestos al servicio del Evangelio, ellos (los medios de comunicación) ofrecen la posibilidad de extender casi sin límites el campo de audición de la Palabra de Dios, haciendo llegar la Buena Nueva a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia 'pregona sobre los terrados' el mensaje de la que es depositaria. Sin embargo, el empleo de los medios de comunicación social en la evangelización supone casi un desafío: el mensaje evangélico deberá, sí, llegar, a través de ellos, a las muchedumbres, pero con capacidad para penetrar en las conciencias, para posarse en el corazón de cada hombre en particular, con todo lo que éste tiene de singular y personal, y con capacidad para suscitar en favor suyo una adhesión y un compromiso verdaderamente personales<sup>204</sup>.

## **2.6. CIBEREVANGELIZAR CON UN MODELO CIRCULAR DE COMUNICACIÓN.**

La evangelización en las redes sociales no puede ser de manera alguna un ejercicio de protagonismo individual, de paralelismo a la comunidad eclesial o de islas que pretenden escapismos espirituales. En palabras del Papa Francisco en *Evangelii Gaudium 111*:

La evangelización es tarea de la Iglesia. Pero este sujeto de la evangelización es más que una institución orgánica y jerárquica, porque es ante todo un pueblo que peregrina hacia Dios. Es ciertamente un misterio que hunde sus raíces en la Trinidad, pero tiene su concreción histórica en un pueblo

---

<sup>204</sup> PABLO VI. Exhortación apostólica. *Evangelii Nuntiandi*. Roma 8 de diciembre de 1975. Número 45. [http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost\\_exhortations/documents/hf\\_p-vi\\_exh\\_19751208\\_evangelii-nuntiandi.html](http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html)

peregrino y evangelizador, lo cual siempre trasciende toda necesaria expresión institucional. Propongo detenernos un poco en esta forma de entender la Iglesia, que tiene su fundamento último en la libre y gratuita iniciativa de Dios.

La Trinidad misterio central de la fe y de la vida cristiana es el paradigma de comunicación para toda la acción de la Iglesia, una comunicación amorosa nacida de la economía salvífica, la comunión de las personas divinas “el supremo modelo y supremo principio de este misterio es, en la Trinidad de personas, la unidad de un solo Dios Padre e Hijo en el Espíritu Santo”<sup>205</sup>. En Palabras de Martínez:

La comunicación humana desde la perspectiva de la fe: la comunión intratrinitaria, el proyecto creacional de comunión, la pedagogía divina de la revelación, el contenido revelador y comunicador de Jesucristo, el proyecto salvífico del Reinado de Dios, la obra comunicadora del Espíritu, la comunión y la misión eclesial, la sacramentalidad de la experiencia cristiana, la comunión como objetivo final de toda moral cristiana. La historia humana. La Trinidad es para la comunidad cristiana fuente, el origen, el modelo y el prototipo de toda comunicación.<sup>206</sup>

Este modelo de unidad, reflejo de la vida de Dios, uno en tres personas, es la comunión y es el horizonte sobre el cual la teología y la praxis deben fundarse ya que la alteridad posibilita la comunicación desde la base de la igualdad. El Dios cristiano no es un Dios solitario e incomunicado, en su realidad más íntima no es una soledad, sino un amor relacional en acción; en descripción de Pikaza<sup>207</sup>:

---

<sup>205</sup> VATICANO II. Decreto Unitatis redintegratio. Roma. 4 de diciembre de 1963. Número 2

<sup>206</sup> Felicísimo Martínez Díez. *Teología de la Comunicación* (Madrid: BAC, 1994),73.

<sup>207</sup> Xavier Pikaza. “Trinidad y comunidad cristiana. El principio social del cristianismo” (Salamanca: Secretario Trinitario, 1990), 239.

Este amor común es nuevo sujeto, nueva persona trinitaria. Hablando humanamente, se trata de una persona comunitaria, pues brota de dos (Padre, Hijo) y forma un misterio común, el “nosotros” divino. Dentro de la Trinidad ya no hay solamente el yo y el mío del Padre, el tú y tuyo del Hijo, que intercambian su amor personal en diálogo. En la Trinidad surge el nosotros, el nuestro de gracia-vida compartida que ofrecen juntos, distintos y unidos, el Padre y el Hijo. Esa persona común, ese nosotros, no destruye las personas anteriores, sino que las culmina y plenifica. Sólo si el Padre y el Hijo se mantienen diferentes y se encuentran, así como tales, en unión perfecta, pueda surgir ese nosotros, la vida compartida del Espíritu.

Para vivir esta experiencia comunitaria en las redes sociales es necesario seguir el modelo trinitario de diálogo amoroso, ya que la pretensión de mantener pirámides, monopolio de la palabra de la verdad, un solo canal de comunicación, parecería destinar al fracaso a una Iglesia que intenta dialogar en el continente digital. Todos los argumentos autoritarios o que pretendan cualquier tipo de imposición serán rechazados inmediatamente por el sistema; es por ello, que se les pide a los evangelizadores del mundo digital reconocerse como iguales en medio de los otros interlocutores; solo el testimonio, la escucha atenta, la producción de mensajes con sentido de vida y el amor expresado hará que los demás reconozcan en el evangelizador un núcleo de encuentro.

En el proceso de inculturación del mensaje se solicita promover la igualdad que pide cambiar el propio lenguaje, para llevarlo al plano de la propuesta, de la seducción, de la emoción, que permita hacer al otro ser y sentirse en casa y por ende querer interactuar con nosotros y en ese diálogo crear las condiciones de posibilidad del descubrimiento de un Dios actuante. Esta igualdad que nace de la gracia, solo es posible vivirla en la presencia profunda del Espíritu del Resucitado,



Una igualdad comunitaria en la que, como recuerda romanos 5,5, los miembros del cuerpo de Cristo se configuran con Cristo, y se hacen realmente hijos de Dios, dejándose guiar por su Espíritu. Se reconoce por tanto que no se tiene espíritu de esclavos para estar de nuevo bajo el temor, sino que la comunidad recibe un Espíritu de hijos de adopción, en el que cada quien exclama amorosamente: ¡Abba! ¡Padre! Testimonio de esta condición la da el Espíritu Santo al formar a los bautizados como pueblo elegido y santificado. En palabras de Mateo Seco:

Existe un nexo indisoluble entre la presencia del Espíritu Santo en nuestra alma, la caridad que nos hace actuar “al modo divino”, nuestra filiación adoptiva y la inhabitación trinitaria. Caridad, filiación adoptiva e inhabitación trinitaria son otras tantas facetas de la deificación o santificación del hombre<sup>208</sup>.

Para vivir esta opción comunitaria-trinitaria dentro de las redes, no es suficiente que se tenga una estructura circular participativa y un lenguaje narrativo-iconográfico, se requiere poner en el centro de esta vida fraterna una espiritualidad propia que nace del deseo de comunión del hombre con Dios y del hombre con sus semejantes; esta espiritualidad es una manera particular de vivir la experiencia de resucitados que saca a la persona de sí misma, para ir al encuentro con el otro a anunciarle la buena nueva de la salvación. Esta espiritualidad inspirada en el modelo Trinitario buscará ser la expresión más profunda de un amor que salva, solo creando comunidades donde sea posible desplegar toda la vida en Cristo. Algunas

---

<sup>208</sup> Lucas Mateo Seco. Teología Trinitaria, *Dios Espíritu Santo* (Alcalá: Ediciones Rialp, 2005), 274.

descripciones de este tipo de espiritualidad de la comunión trinitaria se logran tomar de las reflexiones de Alaiz:

Espiritualidad de comunión significa, además, capacidad de sentir al hermano de fe en la unidad profunda del Cuerpo místico y, por tanto, como 'uno que me pertenece', para saber compartir sus alegrías y sufrimientos, para intuir sus deseos y atender a sus necesidades, para ofrecerle una verdadera y profunda amistad. Espiritualidad de comunión es también capacidad de ver ante todo lo que hay de positivo en el otro, para acogerlo y valorarlo como regalo de Dios: un 'don para mí', además de ser un don para el hermano que lo ha recibido directamente. En fin, espiritualidad de comunión es saber 'dar espacio' al hermano, llevando mutuamente la carga de los otros (cf. Gá 6,2) y rechazando las tentaciones egoístas que continuamente nos acechan y engendran competitividad, ganas de hacer carrera, desconfianza y envidias. No nos hagamos ilusiones: sin este camino espiritual, de poco servirán los instrumentos externos de la comunión. Se convertirán en medios sin alma (NMI 43)<sup>209</sup>.

La igualdad y alteridad de la Trinidad son las condiciones para que el diálogo y la comunicación del Pueblo sean posibles. Es por eso que toda experiencia cristiana de Dios que se defina a sí misma como auténtica debe pasar por la experiencia de Trinidad, por la experiencia de entrega mutua, de circularidad, de amor, sólo a partir de esa vida intratrinitaria tiene sentido el proyecto de comunión y de comunicación que Dios dispone como vocación a la humanidad donde "no hay judío ni griego, no hay siervo o libre, no hay varón ni mujer. Pues todos vosotros sois unos en Cristo Jesús" (Gal 3,18) (LG, 32).

En Pentecostés los Apóstoles fueron impulsados por el Espíritu Santo para dar testimonio valiente del Resucitado. Desde entonces los misioneros han ido muy

---

<sup>209</sup> Atilano Alaiz, De *extraños a hermanos. La comunidad cristiana* (Madrid: Editorial el Perpetuo Socorro, 2010), 444.

lejos, alcanzando poblaciones en lugares difíciles e inaccesibles. La última frontera, a la que muchos se sienten enviados, es el ciberespacio. En expresión del CELAM:

En este sentido debe entenderse el simbolismo de Pentecostés: el Espíritu Santo enseña a comunicarse en lenguajes capaces de producir comunión. Pentecostés representa un acontecimiento de comunicación perfecta. Es el anti – babel. Debería ser la fiesta eclesial de la comunicación”<sup>210</sup>.

La Iglesia peregrinante es, por su naturaleza, misionera, puesto que toma su origen de la misión del Hijo y de la misión del Espíritu Santo, según el propósito de Dios Padre. Este propósito dimana del “amor fontal” o caridad de Dios Padre, que, siendo Principio sin principio, del que es engendrado el Hijo y procede el Espíritu Santo por el Hijo, creándonos libremente por un acto de su excesiva y misericordiosa benignidad y llamándonos, además graciosamente a participar con El en la vida y en la gloria, difundió con libertad, y no cesa de difundir, la bondad divina, de suerte que es creador de todas las cosas ha venido a hacerse todo en todas las cosas (1 Cor 15,28)<sup>211</sup>.

Afirma *Lumen Gentium* que la “Iglesia enriquecida con los dones de caridad, humildad y abnegación, recibe la misión de anunciar el reino de Cristo y de Dios e instaurarlo en todos los pueblos, y constituye en la tierra el germen y el principio de ese Reino confiada en la Palabra del Maestro “El que a vosotros oye, a mi me oye” (Lc. 10,16)<sup>212</sup>, Pablo VI<sup>213</sup> lo describe de la siguiente manera:

Puestos al servicio del Evangelio, ellos (los medios de comunicación) ofrecen la posibilidad de extender casi sin límites el campo de audición de la Palabra de Dios, haciendo llegar la Buena Nueva a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la

---

<sup>210</sup> CELAM. *Hacia una teología de la comunicación. Una visión pastoral para América Latina*. Decos-Celam, Bogotá. 1983. 51 nota.

<sup>211</sup> VATICANO II. Decreto *Ad Gentes*... Número 4.

<sup>212</sup> VATICANO II. Constitución Dogmática *Lumen Gentium*... Número 5.

<sup>213</sup> PABLO VI. Exhortación apostólica. *Evangelii Nuntiandi*...45.

inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia 'pregona sobre los terrados' el mensaje de la que es depositaria. Sin embargo, el empleo de los medios de comunicación social en la evangelización supone casi un desafío: el mensaje evangélico deberá, sí, llegar, a través de ellos, a las muchedumbres, pero con capacidad para penetrar en las conciencias, para posarse en el corazón de cada hombre en particular, con todo lo que éste tiene de singular y personal, y con capacidad para suscitar en favor suyo una adhesión y un compromiso verdaderamente personales.

Una Iglesia en línea<sup>214</sup>.

La Iglesia se ve avocada a asumir un papel de acompañamiento a la humanidad y se ve retada a confiar en el futuro, pues no es suficiente transmitir conocimientos sino ayudar a comunicarse con Dios. Como lo menciona Babin “la

---

<sup>214</sup> “For many online churches in this early period, the most important point of innovation appears to have been the assertion that common offline practices could be validly pursued online. At the First Church of Cyberspace, the first website church, a Presbyterian minister ran online Bible studies; ‘E-Church’, studied by Schroeder in 1998, offered virtual world prayer meetings in a charismatic house group style. Patricia Walker, pastor of Alpha Church, offered Communion, Baptism, Confession and Absolution online, inviting the viewer to participate at home by eating, drinking or bathing in physical bread, wine and water. Both she and Gregory Neal of Grace Incarnate Ministries claimed that their online communion practices conveyed the Real Presence of Christ in just the same way as a local church event. At this stage, online churches were still relatively rare, small-scale, entrepreneurial ventures. Rev Walker’s biography on the website of Alpha Church states that she actually left the Methodist denomination to lead her online project, and my interviews with former participants suggest that the First Church attracted only a handful of congregants. This situation has now changed dramatically, particularly as a result of the surging popularity of Internet access, the rise of the participatory social media platforms known collectively as ‘Web 2.0’, and a significant shift in institutional attitudes toward online church-building. Increasing numbers of keen Christian churchgoers now use new media to pursue their interests, a range of user-friendly, free-access platforms are available for would-be pastors, and many large Christian churches and organizations have seized the opportunity to sponsor such projects in search of global attention. This institutional trend achieved considerable international publicity in 2004, when the Methodist Council and the Church of England both sponsored new churches online, and has intensified in recent years with the rise of the ‘online campus’ as an additional ministry platform for American megachurches. These new ventures continue to draw on the familiar, appropriating elements of local church design and activity and applying or combining these in somewhat unfamiliar ways”. Tim Hutchings, “The politics of Familiarity: Visual, Liturgical and Organisational Conformity in the Online Church”, Heidelberg Journal of Religions on the Internet 4 4 (2010): 65.

tarea de dar forma (información) a nuestra sociedad se realizará, ante todo, por medio de la comunicación. Es evidente que la información no es el fin, el fin es la comunicación”<sup>215</sup>. El Papa Francisco lo expresa con las siguientes palabras:

Hoy, que las redes y los instrumentos de la comunicación humana han alcanzado desarrollos inauditos, sentimos el desafío de descubrir y transmitir la mística de vivir juntos, de mezclarnos, de encontrarnos, de tomarnos de los brazos, de apoyarnos, de participar de esa marea algo caótica que puede convertirse en una verdadera experiencia de fraternidad, en una caravana solidaria, en una santa peregrinación. De este modo, las mayores posibilidades de comunicación se traducirán en más posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos. Si pudiéramos seguir ese camino, ¡sería algo tan bueno, tan sanador, tan liberador, tan esperanzador! Salir de sí mismo para unirse a otros hace bien. *Evangelii Gaudium* 87

El mundo actual es una gran oportunidad para ir de misión con una nueva lógica; en otros tiempos se consideraba que ser misionero era un asunto de dejar la propia tierra e irse a un lugar lejano para anunciar al Señor; sin embargo, en estos días es precisamente el contexto alrededor el que debe ser evangelizado, ya que muchos nominalmente cristianos nunca han tenido una experiencia profunda con el Resucitado, y siguiendo la lógica de Romanos 10,14, hay que preguntarse ¿cómo invocarán a aquel en quien no han creído?, ¿cómo creerán en aquel a quien no han oído?, ¿cómo oirán sin que se les predique?”.

En cuanto al anuncio en las redes, es una misión de todos los fieles y que implica no llevar verdades aprendidas sino a Aquel que es la verdad, a Jesucristo mismo y a su amor incondicional, ya que como lo recuerda Fisichella el *Evangelio que Jesús anuncia no es una nueva doctrina, sino, más bien, su misma persona. El*

---

<sup>215</sup> Pierre Babin, “Evangelizar a los jóvenes en la era de las comunicaciones” *Revista Misión Joven*, No 183 (1992):8

*contenido de su anuncio de alegría es él mismo, el misterio del amor del Padre*<sup>216</sup>.

Mientras no se logre un acercamiento a la persona misma de Jesús, cualquier acción eclesial que se llame evangelización estará carente de contenido.

Evangelizar es hacer siempre presente la memoria, como lo dice el Papa Francisco en la *Evangelii Gaudium* 13, *La alegría evangelizadora siempre brilla sobre el trasfondo de la memoria agradecida: es una gracia que necesitamos pedir. Los Apóstoles jamás olvidaron el momento en que Jesús les tocó el corazón.*

Es entonces que evangelizar en las redes sociales como Iglesia no es otra cosa que una proclamación testimonial<sup>217</sup> de la buena nueva que pide coherencia entre el creer, el sentir y el actuar, para que “el discípulo se haga testigo creíble en el mundo de hoy”.<sup>218</sup> Uniéndonos a las Palabras del Papa Francisco que llama a la Misión, en *Evangelii Gaudium* 27:

Sueño con una opción misionera capaz de transformarlo todo, para que las costumbres, los estilos, los horarios, el lenguaje y toda estructura eclesial se convierta en un cauce adecuado para la evangelización del mundo actual más que para la auto preservación. La reforma de estructuras que exige la conversión pastoral sólo puede entenderse en este sentido: procurar que todas ellas se vuelvan más misioneras, que la pastoral ordinaria en todas sus instancias sea más expansiva y abierta, que coloque a los agentes pastorales en constante actitud de salida y favorezca así la respuesta positiva de todos aquellos a quienes Jesús convoca a su amistad.

El anuncio requiere de un lenguaje cercano, afectuoso y auténtico. El lenguaje que hace posible ese encuentro en las redes sociales será la narración, la

---

<sup>216</sup> Rino Fisichella, *La nueva evangelización...*23.

<sup>217</sup> PABLO VI. Exhortación apostólica. *Evangelii Nuntiandi*. Roma 8 de diciembre de 1975. Número 45.[http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost\\_exhortations/documents/hf\\_p-vi\\_exh\\_19751208\\_evangelii-nuntiandi.html](http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html)

<sup>218</sup> Álvaro Cadavid, *La Nueva Evangelización...*133.

visualización, los mensajes cortos y los pasajes autobiográficos que terminan siendo micro relatos de teología (microblogging), que da testimonio de la experiencia de Dios en el acontecer de la vida. Continuando con el Papa Francisco, *Evangelii Gaudium* 41<sup>219</sup>:

Cuando se asume un objetivo pastoral y un estilo misionero, que realmente llegue a todos sin excepciones ni exclusiones, el anuncio se concentra en lo esencial, que es lo más bello, lo más grande, lo más atractivo y al mismo tiempo lo más necesario. La propuesta se simplifica, sin perder por ello profundidad y verdad, y así se vuelve más contundente y radiante.

Estos mensajes de las redes se convierten en *pre- textos* de encuentro con las personas que llevan a un *texto* narrativo con el cual es posible encontrarse con Dios en la Escritura, que confronta la autolectura de la vida en clave salvífica, en su encuentro con la Escritura y los recursos teológicos que le permitan descubrir su propia existencia como historia de salvación. Finalmente, este lenguaje narrativo de “comunidad” se adapta a diferentes *contextos* en los cuales se desarrolla la vida cotidiana tanto de los evangelizadores como de los destinatarios.

En cuanto al valor de la narrativa Vide recuerda que “el cristianismo comenzó siendo una comunidad narrativa y empleando continuamente símbolos. La narración es una comunicación interactiva”<sup>220</sup>, esa comunicación que se hace efectiva en la sacramentalidad.

---

<sup>219</sup> Papa Francisco. “Exhortación Apostólica *Evangelii Gaudium*” Roma 24 de noviembre de 2013. Numero 41, [http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20131124\\_evangelii-gaudium.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html)

<sup>220</sup> Vicente Vide. *Comunicar la fe en la ciudad secular. Teología de la comunicación...*95.

## 2.7. EL CIBERVANGELIZADOR Y SUS CARACTERÍSTICAS.

El evangelizador, y también en el mundo digital, es ante todo un buscador de la coherencia de vida en el que el amor recibido de Dios se traslade en amor a los demás, es una experiencia personal y amorosa de Dios que desborda y lleva a anunciarlo; el documento de Aparecida lo describe diciendo que: *“es un modo de ser, una actitud y un estado permanente de poderosa tarea testimonial, de irradiación y de fascinación atrayente de vida en Cristo, y, por eso, como dice el mismo documento de Aparecida, cada comunidad cristiana debe convertirse en un poderoso centro de irradiación de vida en Cristo”*<sup>221</sup>.

Se presenta sin embargo el peligro de la improvisación o del entusiasmo misionero sin preparación, ni soporte teológico. Izuel, lanza una serie de preguntas que sería necesario considerar antes de iniciar una pastoral cibercultural; entre ellas están: *“¿Es católico todo lo que reluce? ¿Qué fundamentación teológica y eclesial subyace en muchas páginas de contenido religioso o pastoral? ¿Podemos hablar de Missio? ¿Están nuestros pastores liderando y animando procesos de cambio? ¿Comprendemos que esta nueva cultura digital... es más carismática que jerárquica?”*<sup>222</sup>

---

<sup>221</sup> Álvaro Cadavid, *La Nueva Evangelización...*135.

<sup>222</sup> Juan Izuel, “Internet una nueva oportunidad”, *Revista Imágenes de Fe*, 438, (diciembre 2009):5.



Los agentes del nuevo areópago<sup>223</sup> están llamados a “elaborar respuestas y propuesta adecuadas, novedosas y cargadas de promesas para la identidad en fidelidad creadora y crítica, la gestación de unidad e integración de nuestros pueblos”<sup>224</sup>. Las anteriores palabras del CELAM, recuerda la importancia de no improvisar cuando se intente asumir el navegar el mundo de la cibercultura, ya que en lugar de beneficioso podría ser contraproducente. Tanto así que los mismos evangelizadores pueden llegar a naufragar, como lo advierte Comodo:

También ellos pueden sentir irresistiblemente la atracción por internet, siempre, hasta el punto de no poder pasar sin él. No se puede omitir este magnetismo digital y todo lo que sigue en el plano interpersonal, teniendo

---

<sup>223</sup> When St. Paul wanted to bring the gospel to the ends of the earth, he went to the Areopagus (see Acts 17:16 et seq.), the public square in Athens where learned pagans gathered to discuss education, philosophy, and religion. What is today's Areopagus? Is it the town hall meeting? The school auditorium? The football stadium? While there are many physical “public squares,” we must say that the public square today is cyberspace. Two billion people use the Internet. Hundreds of millions of young people “hang out” at Facebook, Twitter, Myspace, or other social networking sites. What would St. Paul do today? The answer is that the Church has always sought to use any and all communication tools at its disposal to communicate the gospel. Since then, the Internet has exploded on the scene. Now along with radio and television, we have instantaneous social networking and text messaging in our hands in the form of smart phones. Some religious brothers and sisters even use an app (application on their cell phone) rather than a breviary to pray the Liturgy of the Hours. These and countless other technical advances are only going to increase at a continually accelerating rate. That can leave us future-shocked. *Future Shock* is a book by Alvin Toffler that I read in senior religion class at St. Francis High School. Its thesis is that the world is changing at an ever-accelerating rate. If we are not firmly rooted in the transcendent—namely, Jesus Christ, who is the same yesterday, today, and forever (Heb 13:8)—we will be overcome by stress, disorientation, and information overload. Given that in the 35 years since that class, technology has changed “virtually” everything we do—even little things, like how we get directions or book flights, are completely different now—we have to guard against future-shock” León J. Suprenant, “E-Culturation”, *Catholic Answers* 22 número 1 (January, 2011). <http://www.catholic.com/magazine/articles/e-culturation>

<sup>224</sup> CELAM, *Evangelización de la Cultura Hoy. Oportunidades y amenazas* (Bogotá: CELAM, 2007), 313.

muy en cuenta que el cambio de los hábitos relacionales se refleja en la vida común de la fraternidad, en cualquier momento de la jornada<sup>225</sup>.

La evangelización de las redes sociales es tanto una nueva pastoral como un eje transversal, que irá atravesando las otras pastorales específicas, juvenil, familiar, social, emigrantes, etc., ya que cada vez el mundo se irá interconectando con estas redes. Es entonces que no basta con la buena voluntad o con pensar que los seminaristas, miembros de las comunidades religiosas o laicos de los movimientos, por ser “jóvenes” ya están preparados para asumir este reto, pues se piensa que no es necesario tener formación específica o tener algún tipo de prerrequisitos y aún más, algunos lo hacen de forma paralela a la Iglesia o como iniciativa personal.

Comodo describe la situación de que algunos se lanzan al mundo digital hablando en nombre del cristianismo “sin exigirle curriculum de ningún tipo, ni títulos académicos, ni “conocimientos” influyentes, ni excelsas cualidades artísticas, ni obligaciones morales, ni sentido cívico, ni todo lo necesario para serlo en los medios de comunicación social. Basta generar y sencillamente con conocer los rudimentos de diseño, de preparación y de gestión de una página web, conocer las lógicas, las costumbres y las febriles evoluciones tecnológicas de la red”<sup>226</sup>.

---

<sup>225</sup> Vincenzo Comodo, *Cons@dros on line - Rutas para la navegación de los religiosos en Internet*. (España: Editorial San Pablo, 2006), 67.

<sup>226</sup> Vincenzo Comodo, *Cons@dros on line - Rutas para la navegación de los religiosos en Internet...* 57.

Lo anterior advierte que la dificultad no es solo no estar en las redes sociales y el ciber mundo, pues se puede estar de manera equivocada, por ejemplo, limitarse únicamente a plasmar contenidos informativos sobre catolicismo sin dar el paso a la interacción. Además, es cada vez más común que en nombre del catolicismo se creen páginas y grupos que no tienen fundamento teológico, bíblico, ni magisterial, y en ocasiones producen unos “catolicismos enrarecidos”.

Cadavid afirma que un evangelizador debe tener “un sólido talante profético y contemplativo. Se trata, en definitiva, de toda una nueva espiritualidad de seguimiento de Jesucristo evangelizador, que suscita un nuevo entusiasmo y una profunda alegría, en términos de Aparecida, para evangelizar a la manera de él y que es capaz de despertar credibilidad en los que acogen el Evangelio”<sup>227</sup>.

Convertirse en misionero digital es asumir el desafío no solo de atender las comunidades intraeclesiales, aquellos que ya están viviendo la experiencia comunitaria, sino también salir a las fronteras y encontrarse con aquellos que están alejados o que nunca han escuchado de Dios. Como lo señala Gómez:

La estrategia de atender religiosamente a “los de siempre” y de cultivar la fe “en invernadero” resulta suicida. Lo único que hoy merece la pena es trabajar para crear las condiciones que puedan hacer posible que algunas personas que comparten con naturalidad su condición cultural contemporánea lleguen a experimentar a Dios, a encontrarse con Jesucristo y a adoptar el género de vida radicalmente alternativo que brota del Evangelio y se realiza en la fraternidad<sup>228</sup>.

---

<sup>227</sup> Álvaro Cadavid, *La Nueva Evangelización...*125.

<sup>228</sup> José Gómez, “La Nueva Evangelización y el Atrio de los Gentiles” ...366.

Dentro de perfil de los evangelizadores sería recomendable que se contara con las siguientes habilidades blandas<sup>229</sup>, muy útiles para el manejo del público de las redes sociales<sup>230</sup>:

-Ética. Normas, valores y principios que regulen el correcto actuar de la persona a lo largo de su vida y carrera profesional.

-Responsabilidad. Es decir, responder a las exigencias del puesto, en los tiempos y formas establecidas.

-Empatía. Ponerse en el lugar de los demás y ser solidario.

-Sociabilidad. Poder relacionarse con cualquier persona de la organización en la que se trabaja y con distintos públicos fuera de ella. Compartir dentro y fuera de la empresa y capacidad para crear contactos o redes en el tiempo.

---

<sup>229</sup> “Las personas transcurren la gran parte del día en sus trabajos, donde se enfrentan frecuentemente a diversos tipos de problemáticas, en este escenario los inconvenientes abundan. Por eso, las habilidades blandas han adquirido gran importancia y valor en el mundo de los negocios, ya que sirven para resolver inconvenientes y enfrentar de manera correcta la jornada laboral. Las habilidades blandas o Soft Skills son todos los atributos o capacidades que le permiten a una persona desempeñarse en su trabajo de manera efectiva. Estas habilidades apuntan al lado emocional, interpersonal y a cómo se desenvuelve el personal en una empresa. En este plano entran temáticas como: trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión efectiva del tiempo, gestión del cambio, manejo del stress, liderazgo, comunicación efectiva, entre otros”. CONFIEP Perú, “La importancia de las habilidades blandas en las empresas”. Acceso 12 de octubre de 2016, <https://connectamericas.com/es/content/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-empresas>.

<sup>230</sup> MBA & Educación Educativa. “Las 17 habilidades blandas más solicitadas para cargos TIC en Chile”. Acceó 20 de Abril 2015 <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/las-17-habilidades-blandas-mas-solicitadas-para-cargos-tic-en-chile-0>.

-Facilidad de Comunicación. Tener la habilidad de dar a conocer las ideas, inquietudes, problemas y puntos de vista de una manera que sea entendida por todos.

-Escucha activa. Consiste en captar lo esencial de cada mensaje recibido, gracias a que el oyente presta la atención adecuada y entrega su feedback o retroalimentación. Es clave, por ejemplo, para la resolución de conflictos.

-Trabajo en equipo. Capacidad para entender que uno forma parte de algo mayor que es la organización y que en la medida que los esfuerzos de los distintos actores se conjugan existe una mayor probabilidad de éxito en el logro de los objetivos que se han planteado como grupo.

-Adaptación al cambio. Saber que se vive en un mundo dinámico y en permanente evolución, lo que obliga a ser flexible para adecuarse a las nuevas circunstancias y los cambios de escenarios que tienen lugar.

-Creatividad. Capacidad para buscar nuevas propuestas que sean originales y que rompan, de algún modo, el esquema o modelo establecido con un fuerte acento en la innovación.

-Capacidad para resolver problemas. Desarrollar soluciones que ayuden a superar las dificultades que se presenten y en donde todos saquen experiencias y se beneficien en materia de aprendizaje.

-Optimización del tiempo. Manejar este recurso cada vez más escaso de una manera eficiente, con miras a alcanzar los objetivos planteados.

-Actitud Positiva. Tener una visión que se enfoque en la parte llena del vaso y no en la vacía, para generar movimiento y avanzar en la ruta que se ha definido.

-Espíritu de servicio. El servicio juega un papel muy importante, tanto interno como externo.

-Seguridad personal. Confianza que pueda tener una persona en su actuar.

-Tolerancia a la presión. Soportar las situaciones que son estresantes o muy demandantes, demuestra un gran control por parte de una persona, pues deja en claro su habilidad para sortear situaciones complejas y no perder el foco en lo importante.

-Asertividad. Capacidad para dar a conocer una opinión en el momento y en la forma adecuada.

Respeto a las opiniones. Tolerar los puntos de vista diferentes es una habilidad muy bien mirada en un mundo globalizado y en donde cada persona tiene derecho a pensar diferente.

Evangelizar el mundo digital implica ser evangelios vivientes y trabajar sin descanso por la promoción humana en clave del Reino de Dios en un proceso

constante de Metanoía<sup>231</sup>. Lo que implica tener la mirada de Jesús y compartir su corazón para “luchar por la realización del hombre, promoción en plenitud del hombre hasta conseguir para él lo que está llamado a ser según el proyecto de Dios, imagen- semejanza de él, dueño de su destino, hijo de Dios”<sup>232</sup>. Illanes<sup>233</sup> describe las siguientes notas de un cristiano siempre en conversión:

- El reconocimiento por parte del hombre concreto de la condición salvadora de Cristo.
- Recibiéndolo como luz que desvela el sentido de la existencia.
- Cómo fuerza que lleva a vivir en actitud de identificación con Él.
- Apertura a la acción del Espíritu Santo.
- Entrega al amor de Dios Padre.
- Capacidad de irradiación (Reflejar a Dios).

---

<sup>231</sup> “The witness of Christians, whose lives are filled with the hope of Christ, opens the hearts and minds of those around them to Christ. This openness to Christ is a moment of conversion (metanoia). It is the moment in which a person’s life is reoriented to Christ, when he or she—by grace—enters into a relationship with him and thus enters into a relationship with the community of believers, the Church. “The purpose of this [new] evangelization is to bring about faith and conversion to Christ. Faith involves a profound change of mind and heart, a change of life, a ‘metanoia.’” The New Evangelization does not seek to invite people to experience only one moment of conversion but rather to experience the gradual and lifelong process of conversion: to draw all people into a deeper relationship with God, to participate in the sacramental life of the Church, to develop a mature conscience, to sustain one’s faith through ongoing catechesis, and to integrate one’s faith into all aspects of one’s life. The process of conversion and evangelization that accomplishes the objectives above must include the witness of the Church through her members in the everyday living out of the Gospel” United states conference of catholic bishops. Committee on Evangelization and Catechesis, “Disciples Called to Witness. The new Evangelization” (2012). Acceso 4 marzo de 2014, <http://www.usccb.org/beliefs-and-teachings/how-we-teach/new-evangelization/upload/Disciples-Called-To-Witness-The-New-Evangelization.pdf>.

<sup>232</sup> Luis Rubio, *Nuevas vocaciones para un mundo nuevo - Laicos, religiosos y presbíteros para una nueva evangelización...*30.

<sup>233</sup> José Luis Illanes, *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio...* 36.

Son muchos los testimonios de hombres y mujeres que a lo largo de la historia eclesial han demostrado que *no son las grandes masas sino los creyentes individuales quienes, en virtud de una convicción extraída de la lógica interna de la fe, se muestran dispuestos a dar razón con contagiosa alegría de la esperanza que los sostiene*<sup>234</sup>.

Por otra parte, no es viable quedarse acomodados en las adustas formas que no son parte del mensaje sino únicamente un medio. Es útil reconocer con sinceridad que en muchos aspectos la Iglesia se ha envejecido y es necesario hacer una revisión juiciosa de las propias estructuras y costumbres, ya que como dice Cadavid “cuando algo envejece en la Iglesia y en su acción pastoral, y, por ende, en la tarea evangelizadora, quien termina perdiendo actualidad y vigencia es el Evangelio, y, por supuesto, la Iglesia misma como comunidad de fe, no por culpa del Evangelio como tal, sino por responsabilidad de la Iglesia como encargada toda ella del testimonio y del anuncio de Jesús”<sup>235</sup>. En esta línea El Papa Francisco afirma:

En su constante discernimiento, la Iglesia también puede llegar a reconocer costumbres propias no directamente ligadas al núcleo del Evangelio, algunas muy arraigadas a lo largo de la historia, que hoy ya no son interpretadas de la misma manera y cuyo mensaje no suele ser percibido adecuadamente. Pueden ser bellas, pero ahora no prestan el mismo servicio en orden a la transmisión del Evangelio. No tengamos miedo de revisarlas. Del mismo modo, hay normas o preceptos eclesiales que pueden haber sido muy eficaces en otras épocas pero que ya no tienen la misma fuerza educativa como cauces de vida. *Evangelii Gaudium* 43.

---

<sup>234</sup> George Augustin, *Caminos hacia el éxito de la Nueva Evangelización- El desafío de la nueva evangelización - Impulso para la revitalización de la fe...*17.

<sup>235</sup> Álvaro Cadavid, *Hacia una nueva evangelización - Aportes desde América Latina y el Caribe...* 100.



Se requiere ser desmedidamente valiente y creativo para volver a enamorar a la gente de Dios. Es hora de volver a tomar las redes y lanzarlas de nuevo a pesar de las limitaciones y aunque, como lo dice el Celam, “las fuerzas del mal parecen tan poderosas, también descubrimos con esperanza que son tiempos para vislumbrar nuevas oportunidades, contemplar nuevos caminos de salvación y nuevos signos de la presencia del Señor en la historia<sup>236</sup> y afrontar nuevas realidades de pecado, como ilustra Da Silva:

A noção de pecado no mundo cibernético vai se desvanecendo devido a diversos fatores. Entre eles destaca-se a massificação, o relativismo, o exibicionismo, o egocentrismo, o isolamento e o anonimato. Essas e outras características da cultura digital ajudam a despertar nosso “troll” interior. Troll é um termo muito usado na linguagem dos paladinos digitais para descrever um tipo de pessoa de atitude degradante, violenta, criminosa, maldosa e no sentido religioso, pecaminosa na rede. Os trolls, através do anonimato, provocam, atacam e enfurecem outras pessoas que muitas vezes nem conhecem por um prazer doentio de fazer os outros sofrerem<sup>237</sup>.

Por la realidad peregrina de la Iglesia se vive entre luces y sombras, y en verdad en esta época globalizada la sociedad cristiana ha sido golpeada por exposiciones públicas de anti testimonio, en que los medios y las redes se encarnizan contra algunos miembros de la Iglesia por sus errores; pero esto no debería desanimarla, se ha de recordar que “en la historia de la Iglesia siempre ha

---

<sup>236</sup> CELAM, *Globalización y Nueva Evangelización en América Latina*...10.

<sup>237</sup> Aline Amaro Da Silva “CIBERGRAÇA...56

habido oscurecimiento del mensaje cristiano por culpa de algunos de sus partidarios, por culpa de personas que lo han instrumentalizado para los propios fines. Pero los errores del pasado no deben ser razón para no querer cultivar en la actualidad el talante misionero”<sup>238</sup>.

Una lectura lúcida y valiente de la realidad actual, permite leer en la historia las huellas amorosas de Dios, que continúa escuchando el clamor de su pueblo y que les anuncia una esperanza a sus anhelos de libertad, de consolidación comunitaria y en último término el encuentro con él mismo en un amor concreto<sup>239</sup>

En la sociedad actual cada vez se pretende dejar de lado el aporte de la religión, vivir una espiritualidad sin comunidad y en su lugar se antepone otros principios marcados por el mercado desmedido, por la manipulación y por las ansias de dominio que ostentan algunos grupos. Como bien lo afirma Aguilar se debe estar consciente que “no podemos renunciar a que el cristianismo, de forma pacífica y verdadera, vuelve a inspirar las normas de nuestra convivencia social y pública. Esto no debe ser entendido como una amenaza contra la libertad y la democracia”<sup>240</sup>.

Lo anterior no significa, continuando con Aguilar, que el cristianismo deba someterse a disfrazarse a “unas versiones secularizadas del Evangelio, de la

---

<sup>238</sup> George Augustin, *Caminos hacia el éxito de la Nueva Evangelización*. 137

<sup>239</sup> Recomendado ver la homilía del Papa Francisco del 9 de enero de 2014. Idioma Italiano. “Papa Francesco nell'omelia: l'amore cristiano è concreto”, Acceso 12 de junio de 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=CGoAg5S9L7w>

<sup>240</sup> Fernando Aguilar, *Evangelizar...* 171

salvación cristiana o de la moral católica<sup>241</sup>. No es tratando de hacer versiones “sociales” del cristianismo para ganar las voluntades de algunos grupos que denuncian injusticias como si se fuera una ONG más o un grupo únicamente defensor de los derechos humanos. La fuerza misionera en las redes debe estar siempre en provocar ese encuentro personal y liberador con Dios y volver a recordar a las personas su condición de hijos con toda la dignidad que esto representa. Como lo expone Geffré:

Es prioritario volver a promover un encuentro personal y el misterio, y aprender a leer los gritos de humanidad, pues debemos estar seguros que frente “a las decepciones de una modernidad bajo el signo de la secularización y de una racionalidad puramente técnica, se percibe una aspiración confusa a encontrar más allá de todas las fragmentaciones una unidad primordial entre el hombre, el universo y Dios. Aun cuando esto provenga de una profunda ignorancia de su tradición, sobre todo mística, ciertamente es preciso reconocer que el cristianismo más extendido responde mal a las aspiraciones de nuestros contemporáneos, en busca de una especie de reencantamiento del mundo, del hombre y de Dios<sup>242</sup>.”

Lo que es profético anunciar es entonces ese amor permanente de Dios que se acerca de manera personal y comunitaria a cada ser humano para expresarle su voluntad de acogerlo, perdonarlo y amarlo profundamente.

Lo anterior trasladado a las redes sociales en las que cada vez más se hace evidente la soledad de la gente, el desespero por encontrar sentido a su vida, la confusión de conceptos y prácticas, la victimización de muchos y en algunos casos el abandono, hacen que los agentes evangelizadores recuerden a cada usuario que

---

<sup>241</sup> Fernando Aguilar, *Evangelizar...* 162

<sup>242</sup> Claude Geffré, “La crisis de identidad en la época del pluralismo religioso”, *Revista Internacional de Teología Concilium. ¿cristianismo en Crisis?*, No 311 (junio 2005):299 – 300.

son en realidad seres profundamente reconocidos y queridos por Dios que necesitan del encuentro con Dios, que abarca y da plenitud a todas las dimensiones del ser humano, su cultura y sus aspiraciones.

Ir de misión al continente digital es asumir con profundidad la vivencia del Evangelio, y al ofrecerse cada creyente como sacrificio vivo y santo en la gran ternura de Dios (Romanos 12, 1-2), se anuncia con el testimonio que es posible una vida a la manera de Cristo. Esto traerá en ocasiones enfrentamientos con las ideas hegemónicas actuales, en muchos casos pueden producir la persecución, la incomprensión y el intento de acallar las palabras de la Iglesia<sup>243</sup>. Del Prete llama a vivir estos aeropagos de la siguiente manera:

Debemos ser testigos de la vida en medio de estos nuevos areópagos, ellos “son el terreno para la siembra de la palabra de Dios, donde debe echar raíces para cambiar la cultura y las culturas de la humanidad. Se trata de una verdadera dinámica de inculturación, que sea no tanto expresión local del Evangelio y de la Iglesia, cuanto la semilla sembrada en esas realidades, capaz de hacer germinar una nueva mentalidad, nuevos comportamientos humanos, éticos y religiosos, que estén en conformidad con la Palabra de Dios y con la dignidad del hombre<sup>244</sup>.”

---

<sup>243</sup> Una radiografía de esta situación la tiene Kasper “*Aun cuando hablemos con imaginación, con corazón y de forma razonable, no debemos aferrarnos a la ilusión de que en el futuro podrá existir una relación armoniosa, una síntesis de iglesia y cultura, de fe y saber. Tampoco en el pasado ha existido semejante armonía: en este mundo, no puede darse por principio. El evangelio siempre desentona, y también en el futuro los poderes hostiles a él alzarán la cabeza y le opondrán enconada resistencia*” resalta que anunciar el evangelio, y en nuestro caso en las redes sociales, “no puede efectuarse sin conflicto, como tampoco pudo evitarlo la antigua evangelización. No debemos temer al conflicto, ni eludirlo. Walter Kasper, *La nueva evangelización: un desafío pastoral, teológico y espiritual - El desafío de la nueva evangelización. Impulso para la revitalización de la fe...* 31.

<sup>244</sup> Vito del Prete, *La buena tierra, reflexiones sobre la evangelización...*191

## 2.8. CIBEREVANGELIZAR DESDE LA TERNURA Y LA ACOGIDA AL PRÓJIMO DIGITAL.

La Iglesia en nombre de Dios vuelve con mansedumbre a vivir la experiencia de entrega desde la ternura<sup>245</sup>. El mismo Jesucristo da muestra a lo largo del Nuevo Testamento de la forma como las miradas, los gestos, los toques y los llamados que transforman la vida de quien encuentra a su paso y las seduce para la vivencia del Reino. Con que gentileza trata a las mujeres, a los extranjeros, a los pecadores, a los enfermos, a las prostitutas y despreciados de su sociedad y los dignifica al tratarlos en su cotidianidad, con ese profundo amor que los restituye como seres humanos e hijos de Dios.

La ternura como muestra de la fuerza del amor de Dios que transforma desde lo pequeño, que transforma desde el amor personal, que transforma desde el encuentro cercano de intimidad es necesaria en las redes sociales en su expresión

---

<sup>245</sup> "Dio è tenerezza. Noi siamo creati a immagine e somiglianza di Dio e quindi siamo felici se impariamo da Lui ad amare con tenerezza. Tutti noi siamo chiamati a vivere la tenerezza di Dio e ad espanderla, a prenderci cura di noi stessi, dell'altro e di ogni più piccola realtà del creato. Dal punto di vista biblico il termine "tenerezza" deriva da un termine aramaico che al femminile è proprio il grembo della madre. La madre che porta in sé il bambino è l'atto più tenero che possa esistere. Infatti, la Bibbia usa spesso la metafora "madre" per richiamare la tenerezza di Dio. Come una madre ama il bambino, così Dio ama il popolo. La tenerezza, come del resto la misericordia, vanno sempre coniugati con la verità, perché altrimenti non è più tenerezza vera, diventa faciloneria, relativismo. Bisogna sempre distinguere, come fa sempre il Santo Padre, ed anche Benedetto XVI ha fatto, tra la persona e il peccato, tra il peccato e il peccatore: il peccatore va amato, il peccato va condannato. Il Papa ha avuto il coraggio di dire: non abbiate paura, la tenerezza vince il mondo. La tenerezza è riconoscimento di Dio, perché non dimentichiamo che la tenerezza nasce da Dio e rimanda a Dio, Dio è la sorgente della tenerezza. La tenerezza è dire grazie a Dio con la propria vita, sentendosi amati da Dio e riamandolo. Quindi da questa sorgente nasce un nuovo modo di essere con gli altri, che non è quello propagato dalla violenza, dalla durezza del cuore, ma quello propagato dall'amabilità, dalla bontà del cuore. Veramente, la parola "tenerezza" può diventare il criterio di lettura anche del futuro dell'umanità.

Fragmento de la entrevista a Carlo Roccheta, Autor del libro Teologia della tenerezza. Un vangelo da riscoprire, Idioma italiano. "Francesco, Papa della tenerezza". Mons. Rocchetta: convertire il cuore di pietra in cuore di carne". Acceso 14 de diciembre de 2014, <http://www.news.va/it/news/francesco-papa-della-tenerezza-mons-rocchetta-conv>.

de acogida y hospitalidad. Para explicar esa ternura desde la Teología es Rocchetta quien hace las siguientes descripciones:

La ternura, en su identidad más profunda, se relaciona con dos exigencias fundamentales y permanentes, inscritas en el corazón humano: el deseo de amar y la conciencia de ser amado; como tal, afecta a todas las esferas de la persona- hombre y mujer-, desde la biológica a la psicológica y espiritual, hasta llegar a su vocación trascendente; y se realiza como opción y estilo de vida en orden a una plena madurez humano- cristiana y como su signo manifestativo<sup>246</sup>.

La ternura tiene como centro la caridad, con lo cual “la ternura impide a la caridad reducirse a una moral del deber del “mínimo necesario”, ofreciéndole – por así decirlo- el corazón, un corazón palpitante, acogedor, que sabe dar y compartir, capaz de compasión, de benevolencia afable y de amistad gratuita

La ternura representa esta envoltura del amor, este clima de atención y de efusión afectiva que el amor precisa para poder manifestarse y actuar cumplidamente. Sin este elemento la caridad del evangelio correría el riesgo de romper con la historia, reduciéndose a un gesto meramente material y viéndose privado de aquel calor vivo, de aquella cordialidad afectuosa que indica su valor humano, de verdadero interés por el otro (interesse, ser entre) y de participación en su ser. Y no sólo eso, sino que la ternura tiende por su naturaleza a plasmarse como philía, como amistad, con el elemento electivo que ésta supone, a diferencia del amor agápico que por definición prescinde de él. También este es uno de los aspectos peculiares de no poca importancia que la ternura aporta a la caridad<sup>247</sup>.

Con lo anterior se quería mostrar que el amor puede convertirse en un concepto demasiado abstracto que nunca llegue a tocar la existencia de los destinatarios, en cambio la ternura se manifiesta como experiencias vitales en la vida diaria que permiten descubrir realmente el significado de ser amado, cuidado, escuchado,

---

<sup>246</sup> Carlo Roccheta, *Teología de la ternura - Un Evangelio por descubrir* (Bologna: Centro editorial Dehoniano, 2000), 14.

<sup>247</sup> Carlo Roccheta, *Teología de la ternura...17*

sanado y protegido, necesidades estas que se manifiestan también en el mundo de las redes sociales.

Expresar ternura es tener también la paciencia para esperar, como señala el Papa Francisco en *Evangelii Gaudium* 46, *muchas veces es más bien detener el paso, dejar de lado la ansiedad para mirar a los ojos y escuchar, o renunciar a las urgencias para acompañar al que se quedó al costado del camino. A veces es como el padre del hijo pródigo, que se queda con las puertas abiertas para que, cuando regrese, pueda entrar sin dificultad.*

Hablar de ternura es hablar de la experiencia que la Iglesia experimenta a partir de la comunicación de la ternura de Dios. Las primeras comunidades cristianas que vivían la persecución, la incompreensión y el martirio, vivían al extremo la ternura comunitaria, atendiendo a sus pequeños, a sus viudas, a sus marginados y extranjeros, y a nivel externo orando por sus enemigos, perdonando a aquellos que los maltrataban y compartiendo lo que tenían. El desafío es mantener en la memoria los humildes orígenes y las experiencias de Iglesias domésticas que hoy son tan necesarias en las redes como espacios de acogida.

Dios en su generosidad siempre que los hombres se instalan, o se atrincheran en su poder o prestigio entibiando su corazón, suscita hombres y mujeres y con ellos movimientos que recuerdan que Dios es ante todo ternura y como tal la Iglesia se ha desempeñado dando testimonio de proyectos de vida transformados por el amor comprometido y cercano de quien, en nombre de Dios vivió la caridad y la dulzura. Bastaría con hacer un recorrido por la vida de tantos

santos que, dejando sus comodidades, sus prejuicios, sus naciones, se arriesgaron a ir al encuentro del otro para servirle, hoy se presente la misma invitación en el mundo digital.

Es por eso que hoy se podría pensar que es necesaria una nueva expresión de santidad, manifestada como ternura y acogida, para tantos náufragos y para tantos hombres y mujeres que a la vera de la brecha digital han caído golpeados, están solos y entristecidos, un simple hecho de acogida, un gesto profundo de cercanía a Dios puede transformar la vida de muchos.

La ternura pide a la Iglesia ser “disponible, grata y celebrativa”<sup>248</sup>. La disponibilidad es la característica por la cual desafía a la Iglesia a mantener presencia constante dentro del ciber mundo; ya no es recomendable esperar a que los feligreses sean atendidos en horarios de oficina, el reto profundo se muestra en acompañar permanentemente a las personas que habitan a lo largo de 24 horas en el mundo digital; esto se logra no únicamente con tener páginas de contenidos estáticos o de transcribir las homilias dominicales, sino de preparar la siguiente generación de misioneros nativos, que respondan desde nuevas lógicas de las redes que piden una interacción.

Esta disponibilidad solo será exitosa si se forma comunidad, ya que es tan dura la carga de atender al tiempo a tantos seres humanos que solo una comunidad fortalecida en Cristo puede responder a estas nuevas circunstancias. Es decir, la disponibilidad está en hacer de cada cristiano un agente de transformación de la

---

<sup>248</sup> Carlo Roccheta, *Teología de la ternura - Un Evangelio por descubrir...* 22.



acogida y de esperanza en una lógica viral que contagie las redes de ese amor de Dios y los lleva a desear hacer el bien, en palabras del Papa Francisco en la *Evangelii Gaudium* 9:

El bien siempre tiende a comunicarse. Toda experiencia auténtica de verdad y de belleza busca por sí misma su expansión, y cualquier persona que viva una profunda liberación adquiere mayor sensibilidad ante las necesidades de los demás. Comunicándolo, el bien se arraiga y se desarrolla. El bien siempre tiende a comunicarse. Toda experiencia auténtica de verdad y de belleza busca por sí misma su expansión, y cualquier persona que viva una profunda liberación adquiere mayor sensibilidad ante las necesidades de los demás. Comunicándolo, el bien se arraiga y se desarrolla.

La siguiente nota es ser “grata”. Hoy con tantos recursos para el diseño y la elaboración de materiales se facilita que en los espacios de evangelización en las redes sociales o en otros espacios de presencia como los blogs, se creen lugares virtuales realmente agradables para la visita de usuarios, que seducidos por la calidez, por la claridad argumentativa y por los mensajes significantes se vayan quedando poco a poco con los agentes responsables en el proceso de acogida y den el paso de redes sociales a una comunidad de fe.

Ser grato es también aprender nuevos lenguajes para que los migrantes y nativos digitales se sientan como en casa y esto solo es posible desde el lenguaje común del amor manifestado en la solidaridad de la ternura de unos para con otros. Finalmente ser grato implica también la belleza, la Iglesia en todo su legado incalculable en todas las artes tiene infinidad de recursos para crear espacios virtuales donde la gente sienta, disfrute y viva el patrimonio eclesial tanto cultural como litúrgico, es volver los espacios virtuales de evangelización en espacios íntimos de hogar.

La tercera característica es la celebrativa, que muestra la importancia que los espacios y las redes sean oportunidades para celebrar la vida, para el encuentro, para la lúdica, para la fiesta, para el sano humor, para la recreación, para la experiencia de un Dios que sonrío tiernamente, de un Dios que juega, de un Dios que quiere que todo ser humano sea feliz. Espacios en los cuales se celebran los triunfos, los logros, la superación de dificultades, la generosidad, el servicio de tantos hombres y mujeres que encuentran en las redes sociales la oportunidad de manifestar el amor de Dios.

Uno de los errores frecuentes en los espacios de presencia cristiana en las redes sociales es volverlos demasiado solemnes, fríos, exclusivamente llenos de imágenes y lenguajes religiosos confesionales que al final no terminan diciendo nada a la vida de la gente, de un Dios que no es sólo una institución sino ante todo una experiencia vital. El futuro, no muy lejano, será un desafío a la reflexión teológica en referencia el tema de las celebraciones y sacramentos online.

Sin embargo, en este punto cabe hacer la aclaración que la ternura como lo afirma Rocchetta, tiene unos niveles: “la ternura <<natural>>, convertida en ternura <<teologal>>, se transforma en ternura <<social>>, compromiso de la Iglesia y de los cristianos para la afirmación de un modelo alternativo de desarrollo y de construcción de la sociedad y de su futuro”<sup>249</sup>. La ternura entonces, no se queda en un sentimiento marcado por los colores rosa y las palabras sentimentales, sino que

---

<sup>249</sup> Carlo Rocchetta, *Teología de la ternura- Un Evangelio por descubrir...* 24.

la ternura tiene un rostro profético para contribuir con todo el compromiso a promover las condiciones de posibilidad para el crecimiento del prójimo.

Vivir la ternura en la lógica de redes es vivir la experiencia de ser anfitrión y esperar tanto a los peregrinos, a los amigos y familiares para que todos se sientan hermanados. Este sitio donde vendrá el huésped debe ser preparado con sumo cuidado ya que se espera al Cristo mismo representado en cada persona que llega, es Cristo es el verdadero huésped esperado.

Primero, es preciso acondicionar el lugar, preparar el corazón para recibir a propios y extraños, podría decirse en la lógica de las “bienaventuranza” que sean “bienaventurados los que viven en la ternura porque ellos mostrarán el rostro de Dios”. La red social digital requiere ser un lugar agradable, ameno, valioso, pertinente y sobre todo un lugar de experiencias que marquen la vida de las personas desde un amor incluyente que permita el compartir.

Una vez preparado el lugar y dispuesta la actitud se ha de ir al encuentro de la gente para invitarlos a compartir; la posición del misionero digital no será pasiva esperando que algunos lleguen, por el contrario, se espera que sea ante todo propositiva, lanzando las redes aun cuando la pesca parezca infructífera, solo confiando en la palabra del Señor quien invita a intentarlo de nuevo.

Un paradigma de la acogida en la ternura se presenta en la casa de Marta y María; cada quien convencida del mensaje de Jesús se desvive por atender a su huésped tanto en acción, pero sobre todo en contemplación. Para comprender la

lógica del Señor en cuanto a la preeminencia que le da a la atención amorosa al huésped, Fornari puede ayudar con el siguiente párrafo de análisis de Lc 10, 38-42:

Si es así, lo que está en entredicho en este pasaje no es el ejercicio de la hospitalidad, sino un modo de practicarla, que tergiversa el orden y la escala de valores de la comunidad. Pues si bien, el servicio puede y suele expresar una actitud de excelente acogida hospitalaria, puede también, llevar más al centramiento de uno mismo que en el mismo huésped. Además, en la comunicación, y en todas las experiencias de encuentro, acogida y comunión, siempre es más secundario el dar cosas que el darse. La hospitalidad es un ejercicio realizado en el marco de la comunicación, en el ámbito de las relaciones humanas, que cuanto más humanas y más divinas son, más se convierten en cauce de comunicación y de comunión<sup>250</sup>.

Los ciberevangelizadores recordarán siempre que no son el fin sino únicamente mediador del encuentro directo con Dios y la Iglesia. Es necesario recordar que si el Señor “no tiene donde reclinar la cabeza” tampoco ellos podrán quedarse instalados en sus propios espacios. La dinámica de una red no es la de un castillo para acomodarse, sino la de una carpa, la de un hospedaje o la de un pequeño hospital que permita continuar como Iglesia siempre peregrina. Esta libertad de ir por los caminos de todo el mundo, anunciando la Buena Nueva, es una de las ventajas que ofrece el ciberespacio.

La esperanza como peregrinos y la ternura de Dios es que Jesús se acerque en el camino y para todos parta el pan, que llame a los suyos a la playa a comer con él, que finalmente se pueda encontrar en Cristo en las múltiples moradas que ha preparado para cada uno en la casa de su Padre. Esta lógica de la acogida de la ternura y el servicio no es solo del Nuevo Testamento, sino que hace parte

---

<sup>250</sup> Isabel Fornari, *A la escucha del Huésped (Lc 10,38.42). La hospitalidad en el horizonte de la comunicación* (España: Editorial Verbo Divino, 1995), 261.

esencial de las características del pueblo de Dios que desde Abraham ha acogido al extranjero y lo ha cuidado como si fuese familia. Recuérdese que en el libro del Génesis él implora: “Señor mío, si he hallado gracia a tus ojos, te ruego no pases de largo junto a tu siervo” (Gen 18,3). Esto se convierte en modelo de la acogida al peregrino que va de paso.

Es entonces que evangelizar las redes sociales no es otra cosa que ser anfitriones de aquellos que revelando a Cristo tienen hambre, sed, están prisioneros, están solos, están abandonados, son de otras tierras, han naufragado, viven sin amor, están explotados y buscan manos y palabras de consuelo y acogida. Es vivir de actualizar cada día la experiencia de las primeras comunidades cristianas, donde el compartir de la palabra, de alimentos y el cuidado de los más pequeños era el centro de la comunidad. Recordar, como ya se había mencionado antes, que la Iglesia era una red de Iglesias domésticas donde se vivía la experiencia del resucitado y se manifestaba en comunidad, comunión, comunicación y la diaconía para manifestar que el tiempo de la gracia se ha cumplido y que se anuncia el Evangelio de la Alegría aun en las más difíciles circunstancias. En palabras del Papa Francisco en *Evangelii Gaudium* 6:

Pero reconozco que la alegría no se vive del mismo modo en todas las etapas y circunstancias de la vida, a veces muy duras. Se adapta y se transforma, y siempre permanece al menos como un brote de luz que nace de la certeza personal de ser infinitamente amado, más allá de todo. Comprendo a las personas que tienden a la tristeza por las graves dificultades que tienen que sufrir, pero poco a poco hay que permitir que la alegría de la fe comience a despertarse, como una secreta, pero firme confianza. *Evangelii Gaudium* 6.

Las reflexiones de Rocchetta pueden ayudar a hacer una síntesis sobre el componente de ternura dentro de una espiritualidad de acogida en las redes sociales:

El Dios de Jesucristo nos pide a todos que nos hagamos, unos con otros y unos para otros, evangelizadores de su ternura, diciéndole <<sí>> a la vida, en la contemplación extática del misterio de la Trinidad, origen de toda ternura y patria hacia la que ésta está radicalmente orientada. En el centro de todo anuncio de ternura seguirá estando siempre el Kyrios, el Resucitado eternamente: él es el centro focal de la historia humana y la cima del cosmos (GS 10 y 22). Sólo en Cristo el hombre encuentra la posibilidad, si así lo quiere, de vencer la tentación del orgullo o, por el contrario, de la resignación, y realizar el sentido de la ternura como acontecimiento de gracia para sí mismo, para la Iglesia y para la humanidad<sup>251</sup>.

---

<sup>251</sup> Carlo Rocchetta, *Teología de la ternura - Un Evangelio por descubrir...25*.

## CAPÍTULO TRES MODELO DE CIBEREVANGELIZACIÓN DE REDES SOCIALES DIGITALES (FACEBOOK).

A continuación, se presenta de una propuesta académica cuyo objetivo es preparar espacios de ciberevangelización para el acompañamiento pastoral en redes sociales (Facebook). Luego de los apartados de contextualización se presentan las distintas fases del modelo, las cuales requieren ser adaptadas según el contexto y los recursos humanos y técnicos disponibles.

La inspiración para el presente modelo se encuentra en Lucas 5, 5-6: *“Cuando terminó de hablar, dijo a Simón: «Navega mar adentro, y echen las **redes**». Simón le respondió: «Maestro, hemos trabajado la noche entera y no hemos sacado nada, pero si tú lo dices, echaré **las redes**». Así lo hicieron, y sacaron tal cantidad de peces, que las **redes** estaban a punto de romperse”.*

El modelo se desarrollará en las siguientes fases:

- A. Fase de Preparación.
- B. Fase de Arribo y Convivencia.
- C. Fase de Compartir.
- D. Fase de formación de Comunidades y Redes.

La base de la propuesta son los Centros Misioneros de Ciberevangelización (CMC), entendido estos como espacios eclesiales (diócesis, parroquia, comunidad

religiosa, grupos juveniles o movimientos laicales) que asumen el reto y coloca los recursos económicos, talento humano misionero, equipos y redes necesarios para desarrollar una pastoral de acompañamiento en el mundo digital. A continuación, se describen las fases.

#### A. Fase de preparación.

Antes de comenzar una propuesta de evangelización constituyendo un CMC es necesario realizar un ejercicio de discernimiento:

¿La comunidad está suficientemente madura para asumir nuevos retos de Evangelización?

¿Cuáles son los dones, talentos, carismas y ministerios con que cuenta la comunidad para asumir una misión digital?

¿Qué razones tiene la comunidad para ir de misión a las redes sociales?

¿Qué valores del Evangelio inspiran el acompañar esta nueva realidad?

¿Qué experiencia se tiene para abordar los desafíos de las redes sociales?

¿Qué dificultades o peligros a la comunidad o a las personas puede traer esta misión?

¿Con que recursos se cuenta en talento humano, equipos, tiempos y económicos para asumir este compromiso?

Ver anexo dos para la elaboración de la fase diagnóstica.

- Selección de voluntarios.

El asumir responsabilidades dentro un proceso de ciberevangelización al interior de un CMC pide el establecimiento de unos perfiles que contemplen tanto los aspectos personales, de experiencia, de madurez y sobre todo de vivencia y compromiso con su comunidad eclesial particular. Es conveniente que los



integrantes fundadores del CMC determinen las características deseables en estos misioneros digitales. Ver anexo tres. Recomendaciones para el diseño de un perfil.

A nivel Eclesial es prioritario que los candidatos tengan una formación básica en lenguaje bíblico, teológico y conocimiento del magisterio, con trayectoria de participación en grupos pastorales de la Iglesia y que muestre su integración con las acciones evangelizadoras de su Iglesia local.

#### -Convocatoria.

Se pueden aprovechar los espacios eclesiales y los medios de comunicación de las parroquias y las diócesis para la convocatoria de los interesados en participar en esta pastoral de acompañamiento, es preferible si ya participan en pastorales familiares, juveniles, catequética o de comunicación. Otro espacio posible es la invitación cerrada entre seminarios, comunidades y grupos apostólicos de personas profesionales que trabajen los temas digitales o formandos con experiencia empírica en redes sociales. Un espacio adicional de convocatoria que también podría dar resultados son las capellanías universitarias.

#### - Formación.

Teniendo en cuenta el continente al que van de misión es recomendable tres ejes formar a los ciberevangelizadores en tres ejes temáticos que les permitan comprender la cibercultura y sus dinámicas, las posibilidades y llamados de la ciberevangelización y las herramientas para afrontar su misión de acompañamiento en las redes sociales digitales. Un plan temático de formación podría tener las consideraciones para luego pasar a ejercicios iniciales (laboratorios) de práctica:

### *Comprender la Cibercultura*

Cibercultura

Características de Internet

Adaptación al mundo digital

Afrontar los Riesgos

Las redes sociales virtuales

Facebook (o la red que se seleccione)

### *Evangelización de la Cibercultura*

Nueva Evangelización

Evangelización del mundo actual

Retos de evangelización en internet

Aportes de la Ciberteología

La Ciberevangelización

Aspectos sociales y religiosos de las Redes

### *Complementarias.*

Aportes del marketing digital

Investigación en Internet

Habilidades de comunicación en Internet

Net-etiqueta y Net-etica

- Manejo de diario de observación.

El diario de observación es una estrategia que consiste en llevar un registro de las experiencias de participación en las redes sociales con el propósito de aprender,

evaluar e identificar casos particulares de acompañamiento y compartirlo con el grupo ciberevangelizador.

El siguiente puede ser un Modelo del diario:

- Identificación
- Fecha de la observación
- Hora de entrada y salida
- Número de participantes en la red
- Usuarios identificados
- Temas tratados
- Fragmentos de conversaciones más destacadas
- Dificultades o riesgos detectados
- Usuarios que requieran apoyo adicional
- Aprendizajes del observador
- Comentarios y recomendaciones para una nueva observación.
- Preparación de informes.

**Ver anexo** con recomendaciones para un cuadro de observación.

- Envío misionero.

Luego del proceso de convocatoria, selección y formación, es muy importante en un acto público eclesial y en especial dentro de una celebración realizar un envío misionero ciberevangelizador en las redes sociales en comunión con la Iglesia:

## B. Fase de arribo y convivencia.

En esta fase se pretende poner en práctica lo planeado en la fase anterior y constituir un grupo fortalecido del CMC conformado tanto por aquellos que hacen inmersión en el mundo digital como aquellos que son un equipo de apoyo externo. Cada CMC crecerá de acuerdo a sus prioridades, recursos y adaptaciones al contexto.

### *-Funciones del Centro Misionero de Evangelización.*

Dependiendo del alcance y tamaño del Centro Misionero de Ciberevangelización (CMC) se establecen los equipos coordinadores y el tamaño de los mismos para asegurar las siguientes funciones.

Establecer los lineamientos de la pastoral de la Ciberevangelización.

Dar oficial apertura al Centro Misionero Ciberevangelizador.

Tomar decisiones sobre las líneas temáticas y de contenido de formación.

Sugerir la producción de microblogging teológicos.

Coordinar la articulación de funciones entre los diferentes equipos.

Asegurar la fidelidad a la doctrina y la comunión eclesial.

Decidir sobre la entrada o retiro de miembros ciberevangelizadores.

Determinar el relevo de los ciberevangelizadores.

Coordinar la interacción entre los diferentes equipos de apoyo y asesoría.

Aprobar presupuestos y aceptación de donaciones.

Analizar y dar concepto sobre los informes de evaluación.

Velar por el bienestar integral de los ciberevangelizadores.

Organizar las jornadas de retiro y envío de ciberevangelizadores.

*-Equipo de apoyo externo.*

El camino de pastoral en y desde redes sociales pide un trabajo conjunto, que incluye tanto a aquellos que hacen la avanzada en las comunidades virtuales como aquellos que están fuera para apoyar. Entre las acciones de colaboración se pueden destacar:

Oran por los ciberevangelizadores y sus destinatarios.

Buscan recursos y patrocios.

Ayudar a los ciberevangelizadores en su labor.

Recibir personas que los ciberevangelizadores referencien para ayuda material, asesorías o acompañamiento espiritual.

Dar testimonio conjunto de fraternidad

*-Equipo teológico – bíblico.*

Es un equipo consultivo para la selección de contenidos de formación de los evangelizadores, asesoría en la elaboración de productos y aclaración doctrinales.

Asegura que toda la labor esté en comunión con la Iglesia y su Magisterio para esto:

Profundiza constantemente sobre los signos de los tiempos en la cultura digital, la ciberteología y la ciberevangelización.

Organiza constantes jornadas de estudios bíblicos que animen la labor misionera.

*-Equipo estratégico para el uso de la red.*

Grupo técnico de expertos en redes sociales, marketing, sociología o con experticia en el uso de las redes y sus dinámicas. Es también recomendable que pertenezca a este equipo un experto en sistemas que sirva de apoyo en caso de necesitarse apoyo logístico para los equipos.

*-Equipo de relaciones intraeclesiales y de divulgación externa.*

Promueve la comunicación entre redes, diócesis, parroquias, comunidades religiosas y/o movimientos laicales. Direcciona los casos especiales de usuarios identificados en las redes para direccionarlos al grupo de apoyo o una comunidad de fe. Este es un equipo de relaciones públicas al interior de la Iglesia y con otras instituciones para promover el buen desempeño de la labor de los ciberevangelizadores.

*-Equipo de seguimiento de procesos y evaluación.*

Este equipo de apoyo acompaña y evalúa los resultados y perfiles de los ciberevangelizadores. Es un comité de estadísticas y de análisis cualitativos y que además propone acciones de optimización. También es un estamento que conoce de actuaciones irregulares o no morales de miembros de los equipos o los ciberevangelizadores. Se recomienda que este equipo anime la elaboración de un “código ético del ciberevangelizador”.

*-Equipo de capacitación.*

Este equipo diseña planes de capacitación y actualización de los agentes ciberevangelizadores. Sería recomendable, a corto plazo, tener Comités de

formación ecuménicos. Se recomienda la alianza con instituciones educativas y, en la medida de las posibilidades, la promoción para reconocimiento económico. Además, el equipo vela por la consolidación de una biblioteca virtual de actualización permanente de materiales y recursos para la ciberevangelización.

*-Equipo asesor de diseño de materiales y recursos.*

Su función principal es ayudar a la elaboración de materiales pedagógicos en internet y elaboración de mensajes Microblogging de teología en coherencia con el equipo teológico. Asegura los aspectos estéticos de los espacios.

*-Comunidad de Ciberevangelizadores.*

Es el corazón del proceso de la pastoral en las redes se encuentra la comunidad de los ciberevangelizadores. Llamados con una vocación misionera al servicio de la Iglesia. Se preparan con enorme dedicación, entregan con abnegación y cariño sus talentos y tiempos, se aprestan a una espiritualidad de la acogida, están dispuestos a aprender constantemente, sienten el dolor de sus hermanos y ejercen su profetismo en la denuncia, constituyen comunidades, con enorme amor por la Iglesia, son pacientes e invitan con su vida y su testimonio a vivir en comunión con Dios.

A continuación, se señalarán algunos de los aspectos que deben tenerse en cuenta.

Luego de tener un perfil en Facebook y llenar los datos solicitados y colocar los filtros de seguridad que ofrece el sistema se podrían seguir los siguientes pasos:

Se requiere definir si se utilizara el nombre propio o se va hacer a nombre de un colectivo o institución.

Definir el público (target) al que se pretende abordar.

Si se pretende llegar al público intereclesial se inicia la búsqueda de amigos a partir de páginas generales de parroquias, grupos u organizaciones. Al ir aumentando las solicitudes aceptadas es posible ampliar el número participantes a “amigos de amigos”.

Si se busca una evangelización del circulo cercano se comenzaría por la familia y los “amigos” de diferentes contextos de la vida. En esto el sistema hace sugerencias.

En cambio si el objetivo es llegar a un grupo de “amigos” amplio, se puede aprovechar los grupos temáticos, de similitudes de edad, de ciudad natal o residencia, de universidad o de hobbies.

Es recomendable esperar un tiempo y observar la dinámica propia de la red que se ha construido, publicar mensajes y comenzar a interactuar con mesura. El propósito es perfilar la red de amigos que se va construyendo e ir la conociendo con paciencia en sus dinámicas.

Se requiere definir, y esto debería ser una decisión consensuada con la comunidad de ciberevangelizadores y el CMC, si desde el comienzo se hace explicito a los destinatarios que se pretende un acompañamiento pastoral o si se espera a que se consolide la red de amigos. Otra forma es colocar subtítulos al



nombre que muestren que es un perfil de acompañamiento. También sería posible tener un nombre general e invitar a los amigos de la red y otros interesados a hacer parte de un grupo de interés con nombres que muestren el interés de un acompañamiento pastoral y de constituir una comunidad.

Es conveniente intentar entradas en diferentes horarios para detectar cuales son aquellos de mayor fluido.

Después de un tiempo realizar un mayor número de solicitudes pero teniendo en cuenta que sea una red manejable y significativa para las personas que reciben contenido. El éxito ciberevangelizador no puede depender del número de “amigos” o del número de Likes recibidos.

Una forma de separar públicos es crear “listas” para separar los “amigos” y definir qué contenidos se les quiere compartir a cada grupo. Se requiere tener en cuenta que al aumentar los participantes también se aumenta el tiempo de observación y acompañamiento y con esto puede aparecer la cronofagia.

Es igual manera recomendable discernir, en caso de no poder acompañar, de notar riesgo o ataques, o que afectivamente no se puede acompañar un usuario, si lo mejor es eliminarlo.

De lo aprendido registrar las experiencias significativas en un diario de observación, con registros de imágenes, de reacciones en el chat público. Por respeto a la privacidad es mejor no registrar los literales de los chat privados, exceptuando que el destinatario lo permita.

Entre las actividades que se pueden realizar para la consolidación del perfil y recibir la confianza de los destinatarios:

Compartir comentarios positivos desde la fe.

Proponer materiales iniciales de reflexión.

Estar atento de los principales problemas de su red de amigos. Si se encuentra un caso para atender estar atento de remitirlo al equipo de apoyo, de relaciones intraeclesiales o al de dirección general según el caso.

Registrar un mapa de datos de sus “amigos” y descripción de sus contextos.

Orar de manera personal y comunitaria por los miembros de su red.

Oferta de oración pública por los miembros de su red.

Coleccionar un banco de imágenes que puedan serle útiles para evangelizar y pedir ayuda al equipo de diseño para los microblogging teológicos.

Liderar un grupo temático preferiblemente identificado como católico.

Consignación en el diario de observación de los principales mensajes, experiencias, aprendizajes, peligros y desafíos.

Utilizar un lenguaje de acogida y de fraternidad entre los miembros de la red.

Organizar eventos de encuentro offline para acercarlos a las comunidades eclesiales. Un apoyo es el equipo de relaciones intereclesiales.

Invitar a cursos cortos de teología, utilizando otros medios como los blogs o los canales de youtube.

Evaluar con resultados con la comunidad de ciberevangelizadores y con equipo de evaluación.

### -C. Fase de posicionamiento

El llegar a Facebook es relativamente fácil por lo amigable de la plataforma. El desafío para el ciberevangelizador es mantener el interés, ser creíble, tener influencia y lograr su misión de comunicación del mensaje. Para que sea efectivo este posicionamiento se requiere el trabajo conjunto de los diferentes equipos.

Esta fase es de revisión de las notas del diario de observación y de tomar acciones de corrección en la estrategia, para esto es recomendable la ayuda del equipo de evaluación y seguimiento. Se recomienda diseñar instrumentos de evaluación a partir de los siguientes interrogantes apoyados en el diario de observación:

¿Cuál ha sido mi experiencia como ciberevangelizador?

¿Qué aspectos positivos encuentro?

¿Qué dificultades he detectado en mí?

¿He detectado algún peligro?

¿Qué características encuentro que mi tiene mi red?

¿He logrado cercanía con ellos? ¿Cómo se manifiesta?

¿Qué tipo de material comparto para evangelización? ¿Qué reacciones se observan?

¿En otras actividades que he realizado en la red, que resultados encuentro?

¿Se ha logrado conectar a los “amigos” con sus comunidades eclesiales locales?

De lo anterior es conveniente realizar un informe para compartirse con la comunidad de ciberevangelizadores, el equipo de evaluación y seguimiento y el

Comité de dirección, para recibir apoyo, consejo, recomendaciones y sobre todo para agradecer a Dios por esta oportunidad de servirle en este continente digital.

Luego de la evaluación realizada, aplicar las recomendaciones que se crean convenientes para optimizar el desarrollo y posicionamiento de la red.

Ver anexo cinco sobre recomendaciones para el posicionamiento de un perfil.

- Fase del Compartir.

Una vez posicionado las personas vendrán al perfil de ciberevangelizador, a sus grupos y eventos o aceptarán sus solicitudes y comentarios con confianza, con fraternidad, con aprecio, reconociendo su calidez, su ternura, su palabra sabia, sus pertinentes consejos nacidos de la oración, de la comunión con la Iglesia, su mística y de su profundo amor por Dios.

Se espera que en esta fase no solo se comparta contenidos sino la profundidad de la vida y de la fe y que se invite a formar comunidades virtuales entre los miembros y que el “amigo” sienta la urgencia de ir o de volver a su comunidad eclesial local para celebrar, para recibir los sacramentos y para ir de misión.

Para inculturarse en el mundo digital se requiere de un lenguaje cercano, afectuoso y auténtico. El lenguaje que hace posible ese encuentro en las redes sociales será la narración, la visualización, los mensajes cortos y los pasajes autobiográficos que terminan siendo micro relatos de teología (microblogging de teología), que da testimonio de la experiencia de Dios en el acontecer de la vida

Se recomienda que todo el CMC tenga un retiro espiritual para evaluar como va en su camino. A continuación, se describen algunas características de la etapa del compartir.

*-Compartir celebrando la vida.*

Se requiere tener en cuenta que para que la fase de compartir sea efectiva se necesita promover entre los “amigos” de la red el celebrar la vida, el encuentro, la lúdica, la fiesta, el sano humor, la recreación, para que acontezca la experiencia de un Dios que sonrío tiernamente, de un Dios que juega, de un Dios que quiere que todo ser humano sea feliz. Espacios en los cuales se celebran los triunfos, los logros, la superación de dificultades, la generosidad, el servicio de tantos hombres y mujeres que encuentran en las redes sociales la oportunidad de manifestar el amor de Dios.

Uno de los errores frecuentes en los espacios de presencia cristiana en las redes sociales es volverlo demasiado solemnes, fríos, exclusivo de imágenes y lenguaje religioso que al final no termina diciendo nada a la vida de la gente de un Dios que no es sólo una institución sino ante todo una experiencia vital.

Vivir el encuentro y la ternura en la lógica de redes es vivir la experiencia de ser anfitrión y esperar tanto a los peregrinos, a los amigos y familiares para que todos se sientan hermanados. Este sitio donde vendrá el huésped debe ser preparado con sumo cuidado ya que se espera al Cristo mismo representado en cada persona que llega, es Cristo el verdadero huésped.

Primero, es preciso acondicionar el lugar, preparar el corazón para recibir a propios y extraños, podría decirse en la lógica de las “bienaventuranza” que sean “bienaventurados los que viven en la ternura porque ellos mostrarán el rostro de Dios”. La red social digital requiere ser un lugar agradable, ameno, valioso, pertinente y sobre todo un lugar de experiencias que marquen la vida de las personas desde un amor incluyente que permita el compartir.

Una vez preparado el lugar y dispuesta la actitud se ha de ir al encuentro de la gente para invitarlos a compartir; la posición del misionero digital no será pasiva esperando que algunos lleguen, por el contrario, se espera que sea ante todo propositiva, lanzando las redes aun cuando la pesca parezca infructífera, solo confiando en la palabra del Señor quien invita a intentarlo de nuevo. Pero es también el desafío de tantos hombres y mujeres que al igual que Jesús indicó a Zaqueo que se prepara porque ese día iba ir a su casa.

Los ciberevangelizadores deben tener siempre presente que no son el fin sino únicamente mediadores del encuentro directo con Dios y la Iglesia. Es necesario recordar que si el Señor “no tiene donde reclinar la cabeza” tampoco ellos podrán quedarse instalados en sus propios espacios. La dinámica de una red no es la de un castillo para acomodarse, sino la de una carpa, la de un hospedaje o la de un pequeño hospital que permita continuar como Iglesia siempre peregrina. Esta libertad de ir por los caminos anunciando la Buena Nueva, es una de las ventajas que ofrece el ciberespacio.

*-Compartir desde la ternura.*

La esperanza como peregrinos y la ternura de Dios es que Jesús se acerque en el camino y que para todos parta el pan; esta lógica de la acogida de la ternura y el servicio, no es solo del Nuevo Testamento, sino que hace parte esencial de las características del pueblo de Dios que desde Abraham ha acogido al extranjero y lo ha cuidado como si fuese familia. Recuérdese que en el libro del Génesis él implora: “Señor mío, si he hallado gracia a tus ojos, te ruego no pases de largo junto a tu siervo” (Gen 18,3). Esto se convierte en modelo de la acogida al peregrino que va de paso.

Es así como se entiende, entonces, que evangelizar las redes sociales no es otra cosa que ser anfitriones de aquellos que revelando a Cristo tienen hambre, sed, están prisioneros, están solos, están abandonados, son de otras tierras, han naufragado, viven sin amor, están explotados y buscan manos y palabras de consuelo y acogida. Es vivir actualizado cada día la experiencia de las primeras comunidades cristianas, donde el compartir de la palabra, de alimentos y el cuidado de los más pequeños era el centro de la comunidad. Recordar, como ya se había mencionado antes, que la Iglesia era una red de Iglesias domésticas donde se vivía la experiencia del Resucitado y se manifestaba en comunidad, comunión, comunicación y diaconía para manifestar que el tiempo de la gracia se ha cumplido y que se anuncia el Evangelio de la Alegría en palabras de la gente.

Hablar de ternura es hablar de la experiencia vivida en sí misma que la Iglesia experimenta a partir de la comunicación de la ternura de Dios. Las primeras

comunidades cristianas que vivían la persecución, la incompreensión y el martirio vivían al extremo la ternura comunitaria, atendiendo a sus pequeños, a sus viudas, a sus marginados y extranjeros, y a nivel externo orando por sus enemigos, perdonando a aquellos que los maltrataban y compartiendo lo que tenían. El desafío es mantener en la memoria los humildes orígenes y las experiencias de Iglesias domésticas que hoy son tan necesarias en las redes como espacios de acogida y de atención preferencial de los pequeños y vulnerables.

Para favorecer el compartir se pueden adelantar las siguientes actividades:

- Compartir experiencias autobiográficas con los miembros de la propia red.
- Compartir testimonios personales y comunitarios sobre el actuar de Dios en la vida.
- Crear y compartir materiales sobre valores, familia, temas de interés, motivacionales y de espiritualidad entre otros. Buscar apoyo del equipo de producción de materiales y el equipo teológico.
- Observar la reacción frente al material con los likes y comentarios.
- Realizar comentarios de opinión sobre asuntos coyunturales, defensa de los derechos humanos y promoción de la dignidad humana. Consultar Comité estratégico.
- Fortalecer las relaciones online con conversaciones amenas y de escucha.
- Tener siempre en cuenta las normas de seguridad en internet y promocionar la seguridad entre los usuarios.



- Compartir enlaces de grupos eclesiales y vocacionales. Dejarse ayudar por el equipo de apoyo para casos que requieran atención especializada en el campo teológico, jurídico, psicológico, económico entre otros.
- Registrar los aprendizajes, conflictos, tristezas, desilusiones y dificultades en el diario de observación y compartirlo con su cibercomunidad de evangelizadores.
- Proponer campañas de oración y de ayuda a la comunidad y estudio bíblico en línea.
- Invitar a otros a unirse como misioneros siendo parte de una comunidad de ciberevangelizadores.
- Evaluación de resultados y procesos, dejarse recomendar por el equipo de evaluación o seguimiento. Y llegado el caso también saber pedir un relevo misionero.

#### - D. Fase de Formación de comunidades y redes.

Para lograr este objetivo de una red de “amigos” que ha madurado en el amor y en El encuentro con Dios se pueden dar los siguientes pasos:

- Conformación de Nodo Comunidades de Vida (NCV).
- Permitir que los NCV establezcan sus propias normas de convivencia y participación sin perder la comunión con sus comunidades eclesiales locales. El papel evangelizador es el de animador.
- Selección de listas por temas o necesidades. En el caso que se requiera abrir un perfil o una página temática.

- Dentro del NCV, proponer el conocimiento mutuo, el involucrarse unos con otros, el acompañamiento interdependiente, el establecimiento de tareas y productos y la celebración. Algunos grupos de interés pueden ir pasando del tema general de valores, al tema específico del compartir, vivenciar, formarse y dar testimonio de fe en proyectos concretos de transformación. Buscar el apoyo de los comités que se requieran.
- Proponer materiales al grupo para que los compartan dentro de sus propias redes o la creación de materiales conjuntos.
- Consignar en el diario de observación lo aprendido en la comunidad y enseñar a los miembros de sus grupos a utilizar esta herramienta para sus propios perfiles.
- Organizar celebraciones comunitarias que terminen en lo posible en espacios offline.
- Evaluación de resultados y procesos.
- Revisión personal de cansancios, peligros y problemas. Llegado el caso, si es necesario relevarse de la coordinación del nodo<sup>252</sup>.

Una vez fortalecidas los NCV se puede pensar en un desafío aún mayor que involucre a NCV de un mismo CMC o diferentes Centros. Lo que permitiría crear un movimiento mundial de acompañamiento, de compartir de la fe en línea, de

---

<sup>252</sup> Ésta es un discernimiento muy importante para los ciberevangelizadores y es que llegado el momento, y frente a situaciones de cansancio, problemas de salud, de dependencia u otras situaciones de riesgo, es necesario, con ayuda de su cibercomunidad y del asesor espiritual del grupo de apoyo, dejar la NCV en manos de otro evangelizador. Es valioso también hacer rotación permanente del personal dentro de los grupos.

evangelizar la cibercultura y a la vez tender puentes de articulación con las comunidades eclesiales locales.

Para esta fase se pueden adelantar las siguientes estrategias:

- A través del comité de relaciones intraeclesiales, establecer contactos de apoyo con movimientos eclesiales o parroquias. Esto permitirá la articulación entre las NCV y las comunidades eclesiales offline.
- Integración entre los NCV a través de encuentros temáticos.
- Propuesta de causas conjuntas de movilización social, capacitación, educación, apoyo a la defensa de la vida como promoción de los derechos humanos o búsqueda de la paz entre otras.
- Articulación con redes de apoyo externas, donde los miembros de las redes de redes puedan encontrar ayuda en sus necesidades. Articulación con entidades eclesiales, ONGs y gubernamentales.
- Integración de redes hermanas a nivel mundial.
- Eventos macros de encuentro de fe y formación en el ciberespacio.
- Cursos de formación teológica.
- Evaluación de resultados y procesos.

*-Centro Internacional de Asesoría en Ciberevangelización.*

En el futuro con el propósito de acompañar los CMC se requiere organizar un órgano académico de acompañamiento llamado Centro Internacional de Asesoría en Ciberevangelización (CIACI); entre sus funciones se encuentra:

- Coordinar la labor evangelizadora de los CMC y ayudarlos en la formación de sus equipos de trabajo.
- Actualizar los contenidos de apoyo a formación de ciberevangelizadores: en los aspectos teológicos, técnicos, pedagógicos y de ciberevangelización.
- Promover la investigación teológica sobre ciberevangelización y acompañar una red de teólogos que acompañen a los procesos de los CMC.
- Buscar a nivel internacional apoyos a los proyectos de los CMC.
- Representar a nivel internacional a los CMC ante las Autoridades de la Iglesia Católica.
- Articular iniciativas con la Pontificia Comisión de las Comunidades Sociales.
- Realizar eventos internacionales y en especial un Congreso de ciberevangelización bianual.
- Establecer los referentes ciberéticos y la instancia para la revisión códigos de conducta.
- Acompañar y asesorar la creación de los nuevos CMC.
- Una vez consolidada una red de CMC convocará a una Asamblea Internacional quien nombrará una junta directiva, este organismo será el máximo órgano colegiado decisorio; de manera independiente se nombrará un comité de ciberética para la ciberevangelización. En ese momento el CIACI entregará sus funciones administrativas y de representación y seguirá con su labor asesora e investigativa.

### Comentario final:

Siendo tan grande el continente digital, esta propuesta es factible de modificarse, de actualizarse, de seguirse investigando, de integrarse con futuras iniciativas y sobre todo de reconocer que al igual que las redes sociales este modelo es dinámico. Lo importante no es sólo formar y motivar a inmigrantes digitales sino lograr la convocatoria y selección entre los miembros nativos de la propia red para iniciar el proceso de capacitación, articulación y envío en red dentro del mismo continente digital y lograr consolidar el sueño de una aldea pionera de Ciberevangelización, conformados por CMC y NCV de todo el mundo para el futuro. Se deja abierta esta propuesta para futuras investigaciones sobre su implementación.

## CAPÍTULO CUARTO

### MARCO METODOLÓGICO.

#### 3.1. CAMINO METODOLÓGICO.

El presente capítulo da cuenta de los resultados de la observación de la red social Facebook. Se utilizaron los aportes dados por la netnografía<sup>253</sup> como metodología,

---

<sup>253</sup> La netnografía pretende entronizarse como medio y recurso del estudio antropológico sobre el acontecer cotidiano del ciberespacio, asumiéndose como una “ciencia que estudia las características y prácticas habituales de un grupo social concreto. Sus defensores la definen como una alternativa a la antropología tradicional y destacan su mayor velocidad y calidad.” (Redondas, 2003). Asumen que, “mientras que la etnografía se basa en el análisis personal sobre el terreno y la interpretación posterior por parte del investigador, la netnografía utiliza sistemas informáticos para rastrear comunidades virtuales y proporcionar después todos los datos sobre la misma a los analistas, que son los encargados de dotar de sentido a la información y elaborar las conclusiones.” La consideración de la netnografía como ciencia resulta una pretensión mayúscula, si bien es cierto que cuenta con un objeto de estudio, “la vida social de la red”, un campo de estudio, “las comunidades virtuales”, aún es embrionario y difuso el marco teórico-conceptual del soporte. La apreciación más pertinente sería la señalada por Kozinets (2002), de ser “un método de investigación derivado de las técnicas de etnografía desarrolladas por la investigación antropológica, esto ha incrementado la posibilidad de filtrar las complejas oportunidades de información acerca de las comunidades en la World Wide Web.” Lo destacable de esta definición es que la netnografía es un método de análisis del netnógrafo (neologismo aplicable a este nuevo tipo de investigador) para su aplicación a las comunidades virtuales en Internet, más propiamente del estudio de las vivencias que en ella se protagonizan, constituyendo un excepcional atrio para conocer la opinión de los ciudadanos del ciberespacio (internautas) sobre cualquier tema.

Otra manera de entender la netnografía es como etnografía on-line o virtual, propuesta por Simone Pereira de Sá (2001) que, partiendo desde concepciones de la cibercultura nos muestra, en su texto “Netnografías en las redes digitales”, su práctica como “una metodología que asumida focal, experimental, detallista e interpretativamente se reconoce como fruto de una ‘negociación constructiva’ entre investigador e investigado durante relaciones concretas, intensivas y ‘carnales’ permeable a los sentimientos, emociones, afectos, sorpresas”. Osbaldo Turbo. “La netnografía: un método de Investigación en Internet”, *En Revista Iberoamericana de Educación* 47/2 (octubre de 2008): 2

“Segundo Kozinets (2002) a netnografia é definida como um método de pesquisa derivado da técnica etnográfica desenvolvida no campo da antropologia e, costumase dizer que a netnografia tem conhecido um crescimento considerado devido à complexidade das experiências da sociedade digital. Este método é constantemente utilizado por pesquisadores das áreas da comunicação, do marketing, da antropologia e da sociologia. Notase que muitos sites descrevem netnografia como o monitoramento de comunidades on-line a fim de se estabelecer hábitos de consumo<sup>5</sup>. Para tanto são apresentados como instrumentos de pesquisas: cyberinterviews, e-mails, board postings, e homepages. Entusiastas do método de etnografia online (outro nome encontrado),

Autores como Rutter & Smith, enaltecem o favorecimento de ferramentas tecnológicas para o desenvolvimento de pesquisas”, Paula Jung y Sandra Portella. “Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura”, *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação*

adaptándolos al proceso reflexivo teológico. Esta propuesta metodológica netnográfica en sus inicios nace como resultado de la investigación en e-comercio y mercadeo para investigar el comportamiento de los consumidores en espacios de comunidades virtuales<sup>254</sup>. Luego es asumida por investigadores de ciencias sociales ya que las herramientas metodológicas con las cuales contaban no les permitía estudiar comunidades tan cambiantes, dinámicas y de creación permanente como los las redes de la cibercultura. Es una propuesta reciente de investigación y aún cuando en muchos aspectos se encuentra en construcción ofrece posibilidades innovadoras y participativas desde la investigación cualitativa para abordar las comunidades virtuales y sus dinámicas.

Para describir su funcionamiento general se recurre al artículo “Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente” de Edgar Gómez en el Observatorio de Cibersociedad<sup>255</sup>, donde se recomienda tener en cuenta los siguientes aspectos:

**a. La comunidad virtual desde la realidad.** Gómez afirma que sería un error “el esperar analizar los sistemas de comunicación mediada por computadora como una unidad autónoma y separada de su referente y base en la sociedad real

---

*em Comunicação*, (Dezembro 2005). Acceso mayo 20 de 2013 <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>.

<sup>254</sup> “The strength of "netnography" is its particularistic ties to specific online consumer groups and the revelatory depth of their online communications. Hence, interesting and useful conclusions might be drawn from relatively small number of messages, if these messages contain sufficient descriptive richness and are interpreted with considerable analytic depth and insight”

Robert Koninets, “The field behind the screen: Using netnography for marketing research in Online Communities”, *JMR, Journal of Marketing Research*, (Feb 2002): 39. Acceso 22 de noviembre de 2016, <http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>

<sup>255</sup> Edgar Gómez, "Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente". Observatorio para la CiberSociedad. UAM-Xochimilco. Acceso 10 de marzo 2015, <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=21>

como algunos autores proponen ([Ward 1999], [Paccagnella 1997]). Continúa su argumentación exponiendo que “si bien lo virtual es independiente de lo real en el sentido de que propone sus propios mecanismos sociales de poder, identidad, comunidad y comunicación, no podemos, ni debemos, olvidar que más allá de los personajes gestados en las pantallas hay personas sentadas frente a distintos tipos de computadora, en lugares muy diversos y con un "capital cultural" que puede ser radicalmente diferente”.

**b. La comunidad virtual desde la virtualidad; análisis de contenido y observación participante.** Al llegar a las comunidades es necesario un primer momento de observación atenta y aprendizaje y constante del sistema para llegar a “una compenetración y sensibilización tanto con las posibilidades tecnológicas del sistema como con el uso de dichas herramientas para el objeto a estudiar”, para eso:

- Es importante que antes de documentar las incursiones en el campo se conozca a fondo el sistema, sus características, posibilidades y limitaciones. Superar la condición de neófito (Newbie).
- Se debe establecer un protocolo de observación.
- Seleccionar horarios de entrada en diferentes horas de día.
- Consignar las observaciones en un diario de campo.
- Observar las interacciones entre los participantes. En palabras del autor “Lo que resulta particularmente interesante de esta parte del análisis es que se puede observar la interacción de personas con distinta jerarquía y grado de



apropiación del sistema, y ello podría permitir encontrar mecanismos de socialización, validación, poder, comunicación, apropiación, creación de la identidad, participación, etc. por parte de los sujetos en su propio medio y con una observación totalmente transparente”.

- Analizar las propuestas temáticas y el contenido de los mensajes.

**c. La comunidad virtual desde los sujetos virtuales; etnografía de la virtualidad.** El autor señala que “la comunicación directa con participantes del sistema es uno de los ejes centrales de la propuesta, ya que la información recopilada en los primeros dos niveles nos dará un mapa general del sistema, de sus usuarios, y de la relación visible entre ellos...ahora de lo que se trata es de conocer su interiorización de estos elementos, lo que nos lleva al terreno de la profundidad y la especificidad” y donde en las observaciones “se señale las tendencias, los liderazgos, los recursos y las estadísticas”

**d. Confirmar.** Siguiendo el método, García afirma que “una vez concluido el análisis de todos los niveles anteriores y una vez que se tiene ya una estructura cognitiva sobre el objeto de estudio, existe la posibilidad de una "confirmación" de determinados supuestos con la idea de completar el círculo”.

### **3.2. PASOS REALIZADOS PARA LA INVESTIGACIÓN.**

Para hacer posible una adaptación para la observación netnográfica se realizaron las siguientes fases de acción que aplica los elementos generales descritos en la introducción del capítulo:

#### Paso uno: Preparación:

Se comenzó con la activación de una cuenta principal en Facebook con nombre propio, llenando todos los requisitos solicitados por la plataforma.

Se necesitó preparar una imagen inicial de perfil, luego de hacer un estudio de las tendencias de imagen se colocó se diseñó un perfil que resultara atractivo e inspirara confianza, coherente con la descripción de los datos biográficos. Se tuvieron en cuenta las recomendaciones de marketing digital.

Una vez abierto el perfil, se llenó con contenido de imágenes de motivación personal, fotografías de viajes y memes religiosos. Se evitaron referencias familiares o fotografías del entorno cercano. Se inició la búsqueda de amigos a partir de páginas generales de parroquias, iglesias cristianas evangélicas, ecumenismo y organizaciones religiosas. Se tuvo en cuenta también las recomendaciones de amistad que la plataforma Facebook ofrece.

#### Paso dos. Determinación de un horario de entradas y uso del cuadro de observación.

El paso siguiente fue la observación pasiva en diferentes horarios del día. Se diseñó un cronograma de entradas. Las observaciones se llenaron usando el cuadro

de categorías e indicadores previamente elaborado. Se registran los datos más relevantes del día sobre imágenes, comentarios y conversaciones y se registran separados temáticamente. Cuando un aspecto observado se volvía recurrente se abría un nuevo indicador para evidenciarlo.

#### Paso tres. Ampliar el número de solicitudes y la frecuencia de la interacción

Continuando con la investigación se amplió el número de solicitudes teniendo inicialmente un límite de 100 amigos y la participación en 10 grupos temáticos. Se aumenta el tiempo de participación de dos a seis horas diarias para compartir publicaciones, ampliar los comentarios y hacer invitaciones a conversaciones en inbox.

#### Paso cuatro. Abrir un segundo perfil para ser usado como control.

En esta etapa de la investigación se creó un nuevo perfil que sirviera de control para observar a la cuenta principal. Lo interesante de esta acción fue el perfil de control, siguiendo los mismos pasos que la página principal empezó a crecer en número y en requerimientos de forma autónoma. Para este perfil no se dieron datos completos, se creó un avatar no nominal y se buscaron los “amigos” sin identificar su filiación religiosa. En ocasiones los dos perfiles se los hacía interactuar para motivar la participación de otros en la conversación.

Se continuó con un proceso de compartir material propio con mensajes espirituales, magisteriales y bíblicos, propuestas de causas movilizantes y escritos de reflexión, observando la reacción ante los mismo. Además se realizaron

procesos iniciales de acompañamiento, consejería y motivación con usuarios que enviaron preguntas y solicitaron ayuda.

Paso cinco. Elaboración de conclusiones.

Se agruparon los resultados más destacados obtenidos del conjunto de las observaciones diarias con el fin de obtener información que sea valiosa en la construcción de un modelo de evangelización y se colocó dentro del cuadro de observación general (anexo uno) para el análisis de conclusiones.

### 3.3. CUADRO DE CATEGORIAS E INDICADORES.

CATEGORÍA	INDICADOR	ASPECTOS OBSERVABLES
<b>DATOS GENERALES</b>	Información Personal	Información compartida en el perfil Situación Sentimental Localización
<b>INTERRELACIONES</b>	Ser Amigos	Número de Amigos Búsqueda de Amigos Aceptación de amigos Eliminación de Amigos
	Relación con Amigos	

		<p>Agradecimientos</p> <p>Compartir momentos felices</p> <p>Solidaridad</p> <p>Compartir las tristezas</p>
	Familia	<p>Importancia de Familia</p> <p>Valoración de las Madres</p> <p>Amor a los Hijos</p> <p>Afecto a otros familiares</p>
<b>VISIBILIDAD</b>	Exposición	<p>Número de Likes</p> <p>Fotos en Selfies</p> <p>Participación de adultos mayores</p> <p>Imágenes Bochornosas o crueles</p> <p>Participación en grupos</p>
<b>PROBLEMAS EXPUESTOS</b>	Problemas compartidos	Enfrentamiento
<b>PROYECCIÓN</b>	Compromiso Social	Apoyo a Causas Sociales
	Negocios emprendimientos y	Ofertas
<b>AMOR SEXUALIDAD</b>	Y Relaciones Afectivas	

		El Amor
	Sexualidad	Sensualidad Exposición sexual Servicios y productos sexuales Pornografía
<b>TEMAS TEOLÓGICOS</b>	Dios	Imagen Agradecimiento
	Jesús	Diferentes rostros
	Espíritu Santo	Imágenes del Espíritu Santo
	La Escritura	Citaciones
	La Virgen María	Veneración Mariana
	Los Santos	Devoción a los Santos
	Los Ángeles	Imágenes sobre los Ángeles
<b>IGLESIA Y MISIÓN</b>	Iglesia	Ser Católico.

	Misión	Llamados a Evangelizar Vida religiosa y sacerdotal Ecumenismo Desafío de las espiritualidades emergentes
<b>HUMOR</b>	Humor Facebook sobre	Los Usuarios de Facebook Lectura crítica a la adicción.
	Humor crítico social	Situaciones políticas y sociales
<b>CONTRAPOSICIÓN A LA RELIGIÓN</b>	Ataque a las creencias	Sarcasmo Prejuicios Burla

### 3.4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES DE LAS OBSERVACIONES.

A continuación, se destacan los principales resultados de la observación; para obtener una descripción mas detallada a partir de interacción registrada en las síntesis de la observación netnográfica el lector puede dirigirse al anexo número uno.

### **3.4.1 ACERCA DE LA INTERACCIÓN EN FACEBOOK.**

La generación previa al desarrollo de la cibercultura fue educada de forma muy estricta sobre el tema de la privacidad, del autocuidado y de aquello que se debe conservar al interior de la familia. La privacidad permitió valores como la discreción, la prudencia, la reserva, el pudor y la lealdad, pero al entrar en las redes es difícil constatar el espacio entre lo privado y lo íntimo; ha quedado actualmente muy diluido y sorprende ver como en particular los jóvenes publican todo aquello que está pasando en su fuero interno, en su contexto y aún en lo que sucede con sus amigos.

Cuando la vida está tan expuesta, y a la vista de los demás, parece que se corre el riesgo de perder los límites de la propia privacidad, al intentarse mostrar popular y publicar todos aquellos sentimientos que están pasando, así como el de registrar fotográficamente todo lo que acontece. Facebook y en general el internet tienen una memoria perenne, ya que todo lo que se subió a la red queda registrado y con la posibilidad de los teléfonos móviles cada vez es más frecuente que la información se suba si mismo o por terceros.

Al observar las redes es posible pensar en qué pasará con los adolescentes y jóvenes dentro de algunos años cuando quieran empezar una vida profesional o familiar si en lo publicado se encuentra un enorme número de material que los muestra como adictos, con dependencia al licor, con desórdenes emocionales, fotos sensualizadas y algunos haciendo actos de los que pueden arrepentirse.



Parece que la presión social está llevando, principalmente a los jóvenes a actos cada vez mas arriesgados con tal de recibir la aceptación social de su entorno. Es también preocupante destacar como algunas personas usan las redes para odios raciales, sociales, políticos y hasta futboleros con palabras desproporcionadas, amenazantes, que generan círculos de violencia.

La Cronofagia es uno de los peligros nacidos de la cibercultura, que constituye la inversión desmedida del tiempo con el uso de internet y en particular de las redes sociales, en detrimento de la calidad de vida y del equilibrio a favor de la salud. Es de notar que las personas le quitan tiempo a su propia vida para continuar conectados, y en ocasiones lo recibido a cambio de una inversión tan alta son mensajes o experiencias que realmente no edifican, no hacen crecer, no producen bienestar y algunos hasta “ciberbasura”. Parece que los participantes de la red de amigos encuentran más satisfacción en la interacción de vida con extraños que con el propio núcleo que les rodea, pero para tener un ritmo de interés de amigo implica varias horas de inversión en conexión.

Una de las tendencias de los usuarios de Facebook es la revisión constante para ver si hay nuevos mensajes, notificaciones, comentarios o “likes” para sus publicaciones. Surge la necesidad de recibir aprobación por parte de los otros, que puede llevar en ocasiones hasta inventar imágenes, fotos o sucesos con tal de mantener la expectativa de sus “amigos”. Otros, dentro de la red, se dedican a hacer seguimiento a todos los movimientos de sus amigos, parejas o exparejas con el propósito de estar enterado de todo aquello que hacen.

Se piensa que los jóvenes son los únicos usuarios de las nuevas tecnologías, pero al interactuar con los participantes de la red se notan diferentes perfiles que incluyen a los adultos y adultos mayores que van entrando a este grupo de “conectados” permanentes. Es interesante ver como un sector creciente, por ejemplo, de mujeres amas de casa y de abuelos pensionados, van haciendo de la red un espacio de socialización y de encuentro. Algunos sólo usan una foto de perfil y solo después de varios mensajes comparten su identidad. Parece que una constante es la sensación de soledad e incompreensión.

El estar conectados y depender de los mensajes se convierte en un estilo de vida que afecta todas las dimensiones de la existencia. En cada una de las actividades se hace presente el equipo de contacto con las redes sociales y se crea ansiedad por la respuesta de los otros. Aparecen la tensión por que los mensajes sean leídos y respondidos de inmediato; cuando no se hace, las personas se tornan depresivas, molestas y hasta agresivas.

Una situación particular tiene que ver cuando una persona es “eliminada” por otra y más cuando es “bloqueada” o “reportada” en Facebook; esto se convierte en una declaración muy grave de enemistad. Para la generación previa a la cibercultura no parecería tan complicado o ni siquiera sería objeto de atención primordial, pero para un grupo de jóvenes esto puede traerles como consecuencia que otros también los saquen de sus páginas, lo que significaría su muerte social. Facebook no informa que una persona es eliminada pero al no verse en el perfil del destinatario que invita a ser “amigos” Esto implica que fue retirado de su red. Los destinatarios viven bajo

el temor de no ser aceptados, de ser etiquetados (que se los identifique), de ser expulsados o hackeados.

Uno de los fenómenos comunes en la exposición personal son los selfies (autofotos). Esta tendencia en las redes sociales implica tomarse fotos a sí mismo desde su teléfono celular frente a espejos o de forma directa con el fin de mostrar el rostro o el cuerpo en posiciones sensuales tanto en gestos faciales como en disposiciones corporales. En ocasiones algunas páginas de Facebook solo están ocupadas por autofotos. Entre más atrevidas reciben más comentarios, algunos de los cuales se muestran hasta vulgares e insinuantes. Esta situación de exponerse corporalmente no sólo aparece entre la población juvenil, sino que también los adultos y adultos mayores van asumiendo esta forma de expresión.

Algunas de las fotos selfies de personas no tan atractivas físicamente o con alguna limitación física no reciben los mismos comentarios de aprobación. Algunos usuarios prefieren no colocar sus fotos sino tomarlas de otros perfiles intentando ser populares. Un caso que llama la atención es como los niños, niñas y adolescentes asumen posiciones eróticas en sus fotos, parodiando lo que hacen los adultos.

Las redes sociales y en este caso Facebook, se convierten en un mercado para la oferta de productos y servicios sexuales. Algunas páginas lo hacen de manera explícita u ofreciendo prostitución bajo la modalidad del servicio de acompañantes, masajes o SPA. Otro grupo coloca imágenes sugestivas e invita a los usuarios a hacer parte de su red y a través de mensajes privados o subgrupos ofrecen sus servicios.

Las redes sociales permiten mantener las amistades a pesar del cambio de lugar, lo que era muy difícil en tiempos precedentes. De igual manera permite el recuperar amigos de la infancia, del colegio, de la universidad o trabajo que de otra manera hubiese sido muy difícil encontrar. Es un espacio muy enriquecedor de reencuentro. Para quienes llevan un tiempo de compartir en las redes sociales y en este caso Facebook, se está pendiente de quien se celebra sus triunfos y sus dificultades.

Otro fenómeno que se logró observar es que las personas aceptan con mucha facilidad a desconocidos. Se dejan llevar por las fotos del perfil y por tener amigos en común (aunque en realidad no se conozca ni siquiera al amigo en común). Es muy interesante por otra parte ver cuando las parejas terminan su relación y se utilizan a los amigos en común para atacarse, vengarse o para ejercer presión con el propósito de volver. Lo mismo se hace cuando se quiere desacreditar o hacer bullying digital. Estas redes pueden ser utilizadas por los extorsionistas para amedrentar a sus víctimas con las amenazas de publicar material (privado).

Pero también la red ha sido cómplice para que muchos usuarios encuentren “el amor de su vida”. Existen redes sociales especializadas en la búsqueda de pareja. Para quienes no están acostumbrados, el ser testigo de conversaciones entre usuarios, sorprende al verlos cómo se tratan, cómo tan fácilmente se dicen las palabras que serían reservadas a las parejas, ver comentarios y hasta el intercambio de imágenes íntimas dentro de una conversación pública. Parte de la información que ofrece el perfil de Facebook es el estado de la relación, lo que

permite establecer el estado civil del usuario y la persona con la que se encuentra relacionado.

El amor es un tema recurrente dentro de las comunidades virtuales y no solo el de pareja sino todo el amor expresado por la familia; un lugar importante lo ocupan las manifestaciones de afecto y agradecimiento expresadas a la madre, las muestras de cariño y amor para con los hijos, el homenaje a los seres queridos que han partido, a las amistades, la admiración a los ídolos del cine y el deporte, y una tendencia importante se muestra muy interesado en mostrar cariño para con sus mascotas (en especial los gatos). Cada persona comparte sus gustos y sus expectativas de amar y ser amado y en una gran gama de posibilidades puede encontrar personas afines a sus ideales, causas y sueños. Existen mensajes que promueven el amor propio y también aquellos que manifiestan su amor por Dios.

El amor y el desamor es un tema recurrente en las redes sociales. Para las personas de la generación anterior al auge de las redes sociales, la galantería con miras a un noviazgo o un matrimonio tenía unas etapas definidas y un proceso en el que el machismo marcaba el hecho de que el hombre asumiera la iniciativa. Así mismo, las parejas se encontraban en un contexto cercano de barrio o lugar de trabajo. Las posibilidades de las redes sociales cambian el anterior horizonte; ahora las opciones de escoger pareja se multiplican en alternativas a nivel global y parece que los usuarios tienen entre sus prioridades la búsqueda de compañeros para fines afectivos, sexuales o de curiosidad por tener nuevas parejas.

Es común notar como las personas en las redes tienen límites muy difusos sobre sus relaciones afectivas; los amigos se convierten en amigos especiales y entre estos se da paso a los amantes virtuales (en ocasiones múltiples). Algunos, según lo que fue posible dialogar con ellos y ellas, consideran que no es infidelidad tener parejas virtuales; esto los lleva a vivir vidas paralelas.

Un aspecto importante de mencionar es la claridad que debe tener el agente evangelizador para recordar su papel, ya que al existir tantas necesidades afectivas en la gente y llegar con un mensaje de esperanza, caballerosidad y dignificación, se puede crear confusión en los destinatarios y suscitar dependencias afectivas. Las personas se “enamoran” del emisor por sus mensajes, publicaciones y fotos; para mantener una adecuada relación es muy importante asumir la amistad con mucha madurez.

En cuanto a las redes y en particular Facebook se hace uso del humor, la burla y la autocrítica de los compartamientos y usuarios. En una lectura de la realidad se evidencia la incoherencia, el malgasto del tiempo, la adicción, la exposición inadecuada y las confrontaciones.

Y aunque es verdad que las redes divulgan también mensajes de violencia, de odio racial o de género donde se sobresaltan los nacionalismos, se exageran los fundamentalismos religiosos, o se atacan a los contradictores, las redes siempre estarán dispuestas a aceptar con más gusto los mensajes y gestos de amor. Esa natural condición puesta por Dios en todos los corazones es la base de una evangelización comprometida con la transformación de la humanidad.

Otro aspecto destacable es la utilización que se hace de las redes sociales para promover causas a favor de compromisos sociales. Las campañas se hacen muy efectivas por el impacto, la velocidad y alcance que tienen dentro de la Red. Aparecen muy buenos propósitos que promueven el autocuidado, protección de la vida, las causas sociales y la fraternidad.

Existen muy buenas campañas de formación social, familiar y educativa que la misma Iglesia podría apoyar desde sus redes; de igual manera ser más atrevida en proponer iniciativas de beneficio común, pero para esto necesita ser más creativa y estar atenta de las necesidades propuestas por la misma Red

#### **3.4.2. ACERCA DE LA EXPERIENCIA RELIGIOSA.**

Algunos mensajes proponen agradecimiento, confianza, llamadas a la conversión, invitación a orar y amar a Dios. Es un tema recurrente no sólo en las páginas de inspiración confesional, sino en el cotidiano de los usuarios de la red. Se muestra mucha dedicación de las personas que elaboran los mensajes para que sean atractivos, inspiradores y con profundidad.

En lo observado se presenta que no sólo se utilizan imágenes religiosas (Jesús, María, Santos, el Papa) sino que también paisajes, flores, fotos de niños, imágenes de familias, lo que hace más universal el producto enviado. Los comentarios frente a los mensajes sobre Dios son muy positivos, no solo en espacios religiosos sino también en otras páginas personales; los destinatarios reaccionan con agradecimiento, oración o con un “Amén”.

Aparecen perfiles y páginas católicas que se citan mensajes de pensadores de otras religiones; no está claro si lo hacen por desconocimiento o porque descubren que la bondad no tiene fronteras religiosas. Son interesantes algunas páginas cristianas reformadas, publican mensajes que sobre Dios hace el Papa Francisco.

Una observación que es interesante de destacar es como las redes sociales van modificando las imágenes de Jesús y lo van moldeando como si fuera un usuario de Facebook; es una forma de hacerlo parte de la vida cotidiana de los miembros de la Red. Seguramente esta tendencia llevará a que surja en la red una forma emergente de arte religioso que utiliza las herramientas de edición y diseño para modificar o crear nuevas formas de ver a Jesús.

En la producción de material para jóvenes, las iglesias cristianas evangélicas, presentan material muy atractivo por su color, su diseño, sus mensajes, su forma y algunas de las páginas son continuación, en la semana, de las escuelas dominicales.

Al revisar páginas y perfiles cristianos de iglesias evangélicas y reformadas, se encuentra en ellas su propia iconografía; lo interesante es que se esfuerzan por mostrar imágenes de Jesús más cercanas a la gente. Estas formas más flexibles se hacen más atractivas a los usuarios que las observan y aunque conservan la forma tradicional de un Jesús con túnica, lo alternan en relaciones con hombres y mujeres contemporáneos.



Estas imágenes son utilizadas también por grupos juveniles católicos para mostrar la cercanía entre Jesús y la actual generación; Es entonces un desafío, el repensar en ciber-imágenes más frescas para las redes sociales.

Aparece el sincretismo y la utilización de la figura de Jesús por parte de nuevas espiritualidades, particularmente Nueva Era, donde se lo presenta como energía amorosa, como maestro iniciado, como avatar de la divinidad, como espíritu universal, como sanador holístico, como sabio ancestral, hasta como extraterrestre. Hay que estar muy atento como Iglesia para ser crítico frente a estas imágenes que pueden confundir a los destinatarios y evitar que las páginas católicas, por parecerles “bonitas” estas imágenes o sus mensajes, las incluyan dentro de su material compartido.

El tema de los ángeles tiene la particularidad de combinar las imágenes tradicionales de los ángeles de la guarda con otras contemporáneas, que los muestran como héroes, modelos o cada vez más cercana a los elfos o las hadas. Se van haciendo mezclas sincréticas también influenciadas por las nuevas espiritualidades inspiradas en la Nueva Era.

Aunque se observa un aumento, en las páginas de Facebook de inspiración católica, sobre el tema de promover la lectura bíblica y el envío de imágenes con frases de la Escritura, este se ve muchas veces relegado frente a la promoción de las devociones marianas, eucarísticas, santorales y pensamientos del Papa. En este aspecto, las páginas de Facebook de inspiración cristiana evangélica y reformada, centran su trabajo evangelizador en divulgar el estudio bíblico, crean sus

propios mensajes mezclando frases bíblicas con exhortaciones al cambio de vida, a la conversión del corazón, al arrepentimiento, a alejarse del “mundo” a confiar en Dios, a cumplir los deberes para con su Iglesia.

Los mensajes de iglesias evangélicas intercalan con videos, música religiosa cristiana y prédicas de Pastores. Sus páginas son más proselitistas e integran diferentes redes, referencian a centros de contactos y se ofrece acompañamiento espiritual virtual o a través de teléfono, se invita a participar de sus cultos y a diezmar.

En realidad, a partir de la Biblia y de su estilo de vida estos grupos están constituyendo una subcultura propia, con identidades diferenciadoras, productos de consumo interno, surgimiento de códigos nuevos de diferenciación, consolidación de una manera interna de vivenciar su moral y creencias, expresiones externas de hábitos “cristianos”, formas artísticas nuevas y una forma particular de entender la Teología.

Volviendo al tema católico romano, las pastorales vocacionales han descubierto progresivamente el valioso aliado que constituyen las redes sociales para su propósito. Las comunidades religiosas masculinas, femeninas y diócesis ya tienen páginas especializadas en esta labor. Se muestra una imagen alegre, fresca y sonriente de la Iglesia que invitan a seguir a Jesús.

En las páginas que presentan grupos de consagrados religiosos o sacerdotes en actitud de disponibilidad y servicio. Además, se invita a orar por las vocaciones. Son páginas en las redes muy atractivas. Este ciber mundo tendrá como reto una

pastoral para la promoción y la formación de vocaciones de misioneros digitales (ciberministerio). La ciberevangelización no será completada si no se forman a los miembros de la generación Net; la meta es que los nativos digitales evangelicen a los mismos miembros de su generación pues los de otras generaciones siempre serán migrantes.

En las redes sociales la gente está sedienta de coherencia y esto es un llamado muy especial a los católicos (personal y eclesialmente) para que lo que se haga, lo sientan y lo proyecten con autenticidad en su vida religiosa. Lo que va a dar autoridad en las redes no es la trayectoria, las instituciones, el poder sino el testimonio de vida expresado como individuos y como Iglesia. Existen prejuicios manifiestos y burlas a causa de los escándalos, los comportamientos inadecuados, frases descontextualizadas y las imprudencias de algunos miembros.

Cada página, perfil o red que se define como católica tiene una responsabilidad de ser coherente con esa condición, con el propósito de ser verdaderamente evangelizadora no tanto desde lo que se dice sino desde una vida auténtica y en camino a la santidad. Se encuentran perfiles, comentarios y páginas a la “defensa” de la fe católica con mensajes en ocasiones de ataque directo a las otras iglesias cristianas evangélicas.

Los espacios comunes eclesiales de diferentes confesiones son muy valiosos para desarrollar diálogos ecuménicos e interreligiosos, que partiendo de los valores y la fe puedan ser una alternativa creíble frente a un mundo que sacrifica a la gente

en los altares de los ídolos de violencia, el odio, la manipulación y la comercialización con de la dignidad de la gente.

El pueblo católico ha llevado a las redes sociales su patrimonio mariano y lo ha constituido en una nota distintiva de su propia experiencia de fe. En todas las páginas católicas de Facebook observadas aparecían imágenes de la Virgen, la investigación de este aspecto merecería un estudio investigativo propio; en general se podría afirmar que se presenta a la virgen como una madre, como mediadora, como Reina, según es lo común en la devoción católica y aunque aparecen algunas imágenes renovadas se conserva por inercia el presentarla en la forma tradicional.

Es común encontrar en las participaciones en las redes la promoción del rezo del rosario, la devoción a las apariciones y los llamados a asistir a la Eucaristía. Algunas páginas asumen como propia la “apología” del Catolicismo frente a otras comunidades religiosas y colocan a la virgen como bastión de combate.

Un fenómeno realmente destacable es el surgimiento del Papa Francisco y sus mensajes dentro de las redes sociales, no solo católicos, también cristianos de otras confesiones, entre laicos y grupos no confesionales. La imagen de bondad, la cercanía y cotidianidad de sus gestos, su lenguaje sencillo, sus temas proféticos y sobre todo su sonrisa es muy atractiva para los usuarios de redes sociales. Sin embargo, también se encuentran varias intervenciones en facebook que desde el mismo catolicismo atacan las posiciones de pensamiento del Papa Francisco, desacreditándolo, haciendolo ver como un falso reformador, burlándose y hasta diciendo que es un falso Papa. Estas posiciones al interior de la Iglesia confunden

a los usuarios de las redes y dan razones de ataque para los detractores externos de la Iglesia.

Una de las peticiones que con más frecuencia se presentan en las páginas observadas es el tema de la oración. Los mensajes invitan a que las personas vuelvan a la oración, a encontrarse en el silencio con Dios. Se envían mensajes de bendición por los amigos de internet o agradeciendo al Señor por la vida. Se realizan campañas de oración por causas particulares como los enfermos, los migrantes, los necesitados, por la paz, entre otros temas, que son de sensibilidad del corazón cristiano. En el caso particular del investigador se han recibido muchas solicitudes por oración y de igual forma el autor ha hecho lo mismo a otras personas; es una hermosa forma de comunión. Existen ya iniciativas de Redes sociales especializadas en oración tanto en comunidades católicas como cristianas evangélicas y pentecostales.

Otra de las características de las redes sociales es el humor y de esto como Iglesia se podría aprender mucho. Las páginas y participación en redes son demasiado serías, con temas monótonos, como si se estuviera a la defensiva; las imágenes son muy solemnes y repetitivas, demasiado acartonadas y sin mayores propuestas de diseño. Por el contrario, el humor refresca, permite ver nuevas ópticas sobre los mismos temas, permite la autocrítica para que mejoremos, integra a nuevas lógicas, se tiene mayor posibilidad de que los mensajes sean compartidos y sobre todo muestran una Imagen de Dios más cercana.

Es verdad que también existen materiales de burla, de ataque y de ironía contra la Iglesia que circulan en las redes sociales. Frente a estos materiales no resulta el reaccionar con violencia pues así logran su objetivo de desestabilizar. Es mejor responder con amabilidad y con materiales propios de buen y elegante humor. Un desafío de la ciberevangelización es el aprender a sonreír.

Es el momento de reconocer con alegría y esperanza que muchos hombres, mujeres y organizaciones, están haciendo de su participación en las redes un espacio de evangelización, de encuentro con Dios y la gente, y aunque todavía la labor es artesanal, pionero, un tanto improvisado, con falencias, es en el corazón de quienes lo hacen una verdadera labor misionera.

Es esperanzador ver que existe un lenguaje abonado para hablar de Dios y ayudar a vivir a la gente un encuentro más profundo. Es verdad que también existen ataques, pero lo que se ha encontrado en las redes no es una adversidad contra Dios mismo, sino a la forma de expresar la religión, a la incoherencia de vida, a las formas opresoras o anacrónicas de comprender la fe y a las prácticas y costumbres que han perdido su significado entre la gente.

El lenguaje para referirse a Dios en las redes es muy delicado, tierno, amoroso y agradecido. Parece que es una reacción a las imágenes de Dios castigador, vengador, violento, padre autoritario, juez que se ha presentado en varios sectores religiosos. Se intenta presentar un Dios más cercano, preocupado por la humanidad y por cada persona en particular; esto es una ventaja en el proceso de Anuncio. El peligro se presenta cuando esta imagen desdibuja la experiencia de

fe, la vuelve únicamente emotiva, utilitaria para sentirme bien, desconectada del compromiso moral y social y sobre todo individualista sin referencia a la comunidad eclesial.

Estos espacios comunes de encuentro son muy valiosos para desarrollar diálogos ecuménicos e interreligiosos, que partiendo de los valores y la fe puedan ser una alternativa creíble frente a un mundo que sacrifica a la gente en los altares de los ídolos de violencia, el odio, la manipulación y la comercialización con la dignidad de la gente.

Es interesante destacar que influye sobre una red el hecho de que una persona “se convierta” y cambie sus contenidos doctrinales y costumbres religiosas. Cuando las personas dicen haber encontrado a Dios su Facebook cambia en su presentación; algunos desactivan su página, otros borran las fotos de su vida pasada, algunos eliminan amigos y otros no cambian nada, pero hacen notar su conversión desde testimonios, fotos, mensajes religiosos y declaraciones públicas sobre su amor a Dios y del agradecimiento por el cambio.

Es por eso que ayudar en el ciber mundo a una persona a encontrarse con Dios y su Amor no es solo tratar con un individuo sino con toda su red para que pueda ser impactada positivamente y evangelizada. Es prioritario convertir al nativo digital en Misionero.

Para concluir este capítulo, a partir de lo encontrado en la observación, se resaltan los siguientes llamados evangelizadores que manifiestan la necesidad de un compromiso eclesial que dé respuesta a los destinatarios de redes sociales

(Facebook) y que en el presente trabajo se concretarán en una propuesta de un modelo ciberevangelizador:

-Las motivaciones y la voluntad de evangelizar, de convertir las redes sociales en comunidades de fe, se encuentra presente en el corazón de los fieles católicos y de otras denominaciones cristianas; es el momento de ser valientes y responder al llamado misionero de “remar mar adentro” y de “lanzar de nuevo la redes” confiados en las palabras del Señor de tener una pesca abundante. Es hora de la fe y la valentía para ir a anunciar el Amor de Dios en todos los confines de la tierra incluyendo el cibercontinente.

-Una comprensión teológica y pastoral de las vivencias de la gente en las redes sociales virtuales hace práctica la posibilidad de una propuesta eclesial de evangelización que no sólo lleve contenidos religiosos, sino que explore un acompañamiento eclesial a las personas en la red, en tiempos extendidos, interactuando como sociedades virtuales internacionales y en respuesta a inquietudes religiosas y existenciales, manifiestas por los usuarios actuales de internet.

-Existe en diferentes sectores un temor no expreso a que la reflexión teológica, eclesiológica o pastoral sobre las redes sociales en internet, pretenda desplazar las manifestaciones, estructuras y métodos actuales de la Iglesia. Al contrario, la búsqueda teológica debe pretender la integración de los miembros de las redes a comunidades eclesiales presenciales; esto se logra estableciendo



puentes de diálogo a través de ciberevangelizadores con una vida eclesial local activa y no “iglesias paralelas”.

-Un modelo ciberevangelizador en redes sociales requiere promover un encuentro efectivo y afectivo con el “prójimo digital” para anunciarle vivencialmente al Resucitado, llevarlo a la reflexión ética, a disfrutar el silencio, a sentirse amado y ayudarlo a hacer una lectura crítica del entorno y vivir la experiencia de su comunidad local como de la Iglesia Universal.

-La ciberiberevangelización en redes sociales parecería a muchos que es un tema que corresponde a pastorales específicas (juvenil o de comunicaciones) pero es en realidad un eje transversal y todo un escenario novedoso que requiere ser evangelizado desde el testimonio individual y comunitario en la realidad actual. No toda presencia en redes sociales es ciberevangelizadora, tiene como condición la articulación y comunión con la comunidad eclesial, el ser reconocido y enviado como una misión dentro de un plan evangelizador local y estar dispuesto a pertenecer a una comunidad de apoyo.

-Una ciberevangelización solo es posible desde una base de oración conjunta, desde la alabanza, desde el encuentro profundo con el Amado, desde el agradecimiento, desde un celebrar juntos, desde la búsqueda de la Voluntad de Dios. A partir de la vivencia en redes sociales se suscitarán nuevas formas de expresar las espiritualidades, los carismas, los ministerios y los dones; para eso hay que desarrollar la dimensión contemplativa de escucha a la Voluntad de Dios.

-En el continente digital se requiere aprender a sonreír y compartir. Las tendencias institucionales actuales son en sus expresiones muy solemnes, monotemáticos e intentan mantener la unidireccionalidad vertical en la comunicación. El éxito de conservar una presencia activa es aprender lenguajes gráficos, icónicos, de impacto, de mensajes cortos y contundentes, atractivos, con uso del humor como herramienta y cercanos a la cotidianidad. Esto no quiere decir banalizar la evangelización, ni vestirse artificialmente de “postmodernos” o jugarle al sincretismo sino aprender nuevas formas de comunicarnos sin perder el horizonte de querer ganar a todos para Cristo.

- Son motivadoras, como preámbulo al siguiente capítulo las palabras del Papa Francisco en la alocución de la Asamblea del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales del 21 de septiembre de 2013, para mostrar la importancia de la presencia eclesial en el ciber mundo y en sus redes<sup>256</sup>:

En este contexto nos tenemos que preguntar: ¿Qué papel tiene que desempeñar la Iglesia con sus medios operativos y comunicativos? En cualquier situación, más allá de la puramente tecnológica, creo que el objetivo ha de ser lograr insertarse en el diálogo con los hombres y mujeres de hoy, para comprender sus expectativas, sus dudas, sus esperanzas. Son hombres y mujeres a veces un poco desilusionados con un cristianismo que les parece estéril, que tiene dificultades precisamente para comunicar incisivamente el sentido profundo que da la fe.

En efecto, precisamente hoy, en la era de la globalización, estamos asistiendo a un aumento de la desorientación, de la soledad; vemos difundirse la pérdida del sentido de la vida, la incapacidad para tener una "casa" de referencia, la dificultad para trabar relaciones profundas. Es importante, por eso, saber dialogar, entrando también, aunque no sin

---

<sup>256</sup> Papa Francisco, “Discurso del Santo Padre Francisco a los participantes en la asamblea plenaria del consejo Pontificio para las comunicaciones sociales”, *Vaticano*, 21 de Septiembre de 2013. Acceso 20 octubre de 2014, [/w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2013/september/documents/papa-francesco\\_20130921\\_plenaria-pccs.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html)

discernimiento, en los ambientes creados por las nuevas tecnologías, en las redes sociales, para hacer visible una presencia, una presencia que escucha, dialoga, anima. No tengan miedo de ser esa presencia, llevando consigo su identidad cristiana cuando se hacen ciudadanos de estos ambientes. ¡Una Iglesia que acompaña en el camino, sabe ponerse en camino con todos!

Es un reto que afrontamos todos juntos, en este contexto de la comunicación, y la problemática no es principalmente tecnológica. Nos tenemos que preguntar -y ésta es la tercera idea-: ¿somos capaces, también en este campo, de llevar a Cristo, de llevar al encuentro con Cristo? ¿Somos capaces de comunicar el rostro de una Iglesia que es "casa" de todos? Se trata de hacer descubrir, también a través de los medios de comunicación social, además del encuentro personal, la belleza de todo lo que constituye el fundamento de nuestro camino y de nuestra vida, la belleza de la fe, del encuentro con Cristo. También en el contexto de la comunicación es necesario que la Iglesia consiga llevar calor, que enardezca los corazones. ¿Nuestra presencia, nuestras iniciativas responden a esta exigencia? Tenemos un tesoro precioso que transmitir, un tesoro que da luz y esperanza. ¡Son tan necesarias! Pero todo esto requiere una cuidada y cualificada formación, de sacerdotes, religiosos, religiosas, laicos, también en este campo.

El gran continente digital no es simplemente tecnología, sino que está formado por hombres y mujeres que llevan consigo lo que tienen dentro, sus experiencias, sus sufrimientos, sus anhelos, la búsqueda de la verdad, de la belleza, de la bondad. Es necesario saber indicar y llevar a Cristo, compartiendo estas alegrías y esperanzas, como María que llevó a Cristo al corazón del hombre; es necesario saber entrar en la niebla de la indiferencia sin perderse; es necesario bajar también a la noche más oscura sin verse dominados por la oscuridad y perderse; escuchar las ilusiones de muchos, sin dejarse seducir; acoger las desilusiones, sin caer en la amargura; palpar la desintegración ajena, sin dejarse disolver o descomponer en la propia identidad.

## **CONCLUSIONES GENERALES.**

Luego de terminar los cuatro capítulos del presente trabajo que ayudaron a la construcción de una propuesta de modelo, se requiere presentar las conclusiones que permitirán obtener una visión general de los principales aprendizajes investigativos y pastorales de la ciberevangelización y los desafíos propuestos a los teólogos en su camino de acompañar las nuevas realidades del ciber mundo. Entre los principales aspectos se pueden mencionar:

En la tesis se describió que la cibercultural nace a partir del desarrollo de nuevas tecnologías y de internet que han revolucionado la vida en todas sus dimensiones. Estos cambios van a la par de los procesos del crecimiento del uso de las redes sociales que han enriquecido el intercambio de información, la comunicación, la superación de las fronteras, la valoración de los relatos particulares y los lenguajes de multimedia.

Se dan realidades contradictorias, por una parte se aumentan las posibilidades de comunicación, de acceso a la información, a la interacción entre las personas, la integración en una aldea global, el avance de la ciencia, la medicina y la academia pero a la vez se incrementa el individualismo, la soledad, las rupturas de las relaciones, la criminalidad, la manipulación y el aumento de las brechas digitales. Todo lo anterior no únicamente cuestionando el quehacer de la humanidad sino afecta su propia reflexión sobre su ser, es decir la humanidad se enfrenta a la pregunta como ser en el mundo digital y que le espera en el futuro.

La Web ha tenido un cambio de una red fija, unidireccional y proveedora de contenidos, la web 1.0, a una red activa creciente, renovada, constantemente actualizada y creada por los usuarios, denominada web 2.0 que pronto pasará a una web semántica 3.0, frente a estos cambios también la Iglesia requiere irse preparando para dar una respuesta misionera de avanzada y no de pasiva observadora, todo esto es una oportunidad de ir a evangelizar el nuevo continente que se abre desde ya.

Estas realidades son también un llamado a la teología para que asuma estas nuevas oportunidades en la formación de líderes, sacerdotes, religiosos y laicos para vivir la misión en este continente digital, con el fin de proponerle al mundo en medio de la confusión, puertos seguros; en medio de la prisa, la calma de la reflexión; frente la sensación de soledad y abandono, la esperanza en el Dios de la acogida que ama infinitamente.

Esto plantea el desafío de una inculturación del Evangelio con características de adaptabilidad, de desarrollo constante que mantenga la fidelidad al Evangelio, al tiempo que se muestre con nuevo “ardor y métodos” para llevar la Buena Nueva a ese nuevo ciberciudadano. Es necesario entonces aprender nuevas destrezas de comunicación sin perder la calidad, la profundidad o la calidez del anuncio del Dios y esto llevará a pasar de un modelo piramidal y unidireccional de comunicación a un modelo circular y fraterno de encuentro.

Indagar sobre las aplicaciones de la ciberevangelización es ir a la búsqueda del “prójimo digital” para anunciarle vivencialmente al Resucitado, llevarlo a la reflexión ética, a disfrutar el silencio, a sentirse amado y ayudarlo a hacer una lectura crítica del entorno y vivir la experiencia de su comunidad local, como de la Iglesia Universal. Es reconocer que a los destinatarios *“no basta con llegar a ellos sólo con la tecnología, sino que hay que promover la creación de comunidades a través del encuentro y la escucha”*<sup>257</sup>

El Papa Francisco lo expresa con las siguientes palabras:

Hoy, que las redes y los instrumentos de la comunicación humana han alcanzado desarrollos inauditos, sentimos el desafío de descubrir y transmitir la mística de vivir juntos, de mezclarnos, de encontrarnos, de tomarnos de los brazos, de apoyarnos, de participar de esa marea algo caótica que puede convertirse en una verdadera experiencia de fraternidad, en una caravana solidaria, en una santa peregrinación. De este modo, las mayores posibilidades de comunicación se traducirán en más posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos. Si pudiéramos seguir ese camino, ¡sería algo tan bueno, tan sanador, tan liberador, tan esperanzador! Salir de sí mismo para unirse a otros hace bien. *Evangelii Gaudium* 87

A lo largo del trabajo se invita a recordar que las redes sociales virtuales son un nuevo espacio, un medio y nuevo territorio de misión y analizarlas desde una lectura teológica no es otra cosa que visibilizar en el ciber mundo la tendencia natural a asociarse, la necesidad que lleva a crear redes, al deseo profundo de interrelación, y ver en ello una manifestación de la experiencia de vida Trinitaria.

---

<sup>257</sup> Claudia Maria Celli, “Palabras de apertura Congreso Iglesia y Cultura digital” (*II Congreso de la Red Informática de la Iglesia en América Latina (RIIAL)*, diciembre 2011).

Todos los miembros de Iglesia son responsables del anuncio y testimonio del Evangelio; es deseable considerar no sólo un cambio de métodos sino un cambio de mentalidad respecto a la utilización de Internet y en particular de las redes sociales virtuales (Facebook). Este cambio no se reduce a tener computadores, o parroquias o grupos conectados en línea, sino a entender la dinámica de la encarnación y la inculturación en estas nuevas realidades para descubrir lo positivo, lo bueno, lo verdadero y lo bello que viene de Dios y hacia Dios en la red global de Internet; al tiempo que mantener una voz profética y una actitud contemplativa renovada para descubrir la presencia del Señor en el mundo digital.

La realidad actual es una invitación a comprender los nuevos referentes ciber-culturales con paciencia, con amor y con escucha atenta, para ser canales efectivos del anuncio de la Buena Nueva del Resucitado. Aprovechar esa natural condición puesta por Dios en los corazones de los creyentes, de buscar la unidad, la amistad, de conformar redes; es la base de una evangelización comprometida con la transformación de la humanidad desde un amor Trinitario de comunidad, comunión y comunicación.

Un desafío acerca de la Cibercultura, y en particular de las redes sociales, es a superar los miedos que se tienen sobre ellas, para encontrar en estas redes una posibilidad de vivir el discipulado y la misión que reconoce que estas comunidades virtuales pueden ser no sólo instrumentos sino espacios en sí mismos necesitados de Evangelización. De esto son muy conscientes las nuevas generaciones de consagrados nacidos en la generación net y los milenians, ellos ya vienen con una nueva concepción antropológica.

Se piensa que solo los jóvenes son los únicos usuarios de las nuevas tecnologías, y que la utilizan únicamente para el ocio, pero al interactuar con los participantes de la red se notan diferentes perfiles que incluyen a los adultos y adultos mayores que van entrando a este grupo de “conectados” permanentes. Es por eso necesario entender la Ciberevangelización no como un bloque evangelizador indiscriminado, sino que se debe pensar que debe llegar a diferentes grupos de interés en su vida cotidiana, lo cual pide como desafío la creatividad permanente abierta a la acción del Espíritu Santo.

La posibilidad de llevar los aplicativos de redes sociales en móviles, tablets o computadores con acceso a wi-fi ha ocasionado que los aparatos electrónicos se conviertan en verdaderas prótesis digitales sin las cuales muchas personas parecen no poder vivir y ¿que pasará en el futuro con las realidades ciborgs o los desarrollos de inteligencia artificial, los avatars digitales y las realidades holográficas.

Permanecer en el continente digital es también reconocer los riesgos y peligros a que se ven sometidos los cibernautas y en particular los participantes de las redes sociales, que constituyen también situaciones de pecado.

Entre las dificultades se pueden mencionar, como ya se había hecho en diferentes partes del trabajo las siguientes características:

- Los participantes en las redes exponen cada día más su intimidad. Se pierden los espacios privados y se pública información personal y de terceros que puede ser utilizada por delincuentes o abusadores para hacer daño, extorsionar o realizar acciones violentas.



- Aparecen fenómenos como el ciberacoso y el ciberbullying cuyo objetivo es humillar, desacreditar, atormentar y perseguir a la víctima a través de los recursos de las tecnologías digitales. También se puede ser perseguido a causa de las propias convicciones religiosas.
- Los menores se ven expuestos a contenidos inadecuados por la ausencia de filtros, descuido de los padres o engaños tipo Grooning.
- Engaño, robo, apropiación, envío abusivo y daño de la información personal o institucional. Aquí aparecen delitos como el Hackeo, el Phishing, el Spyware, los Spam, la suplantación de identidad y en general todo aquello que constituye Malware.
- Cosificación de la persona. El deseo de venderse y ser popular en las redes sociales puede llevar a una alteración del propio perfil, a crear imágenes infladas, al engaño, a una desconexión con la realidad y a la manipulación sexual de los otros como es el caso del sexting.
- Las empresas se adueñan de la información y las personas son despojadas de la propiedad de sus datos y recursos de identidad. Esta información es vendida a terceros y no hay una protección real legal sobre la información.

- Un problema especialmente grave, que debe atenderse pastoralmente, es el de la ciberadicción que tantas vidas, familias, empresas destruye actualmente.
- De igual manera se ha ocasionado una diferenciación entre aquellos conectados y alfabetas digitales frente a los desconectados y limitados en la comprensión de la tecnología, lo que ha ocasionado infopobres y marginados digitales. Se aumenta la brecha digital y generacional.

Estas realidades implican que la Iglesia sea profética contra todo tipo de violencia contra la dignidad humana. Estas realidades no pueden ser ajenas a la reflexión moral y es ahí donde la reserva axiológica puede seguir siendo una propuesta alterna y atractiva de calidad de vida y dignificación de la persona en el mundo digital. Frente a todos estos desafíos se invita a dar testimonio de que es posible la fraternidad, la solidaridad, el pudor, el amor y cuidado propio, la protección y defensa de los más pequeños, la caridad, el respeto por el otro y su intimidad y sobre todo de amor fraterno.

Cada generación de cristianos siente el imperativo de buscar los medios disponibles de su tiempo para dar respuesta al envío de hacer discípulos y de anunciar el Evangelio a todos los rincones de la tierra. Esto no sólo implica utilizar un medio sino adaptarse a su propia dinámica; este es el caso de internet y de las redes sociales virtuales para la ciberevangelización.

Este cambio pide una revisión del lenguaje y la forma de presentación del mensaje para que sea comprensible por los destinatarios de las redes (Facebook), sin perder fidelidad. Se requiere así mismo acompañamiento y asesoría a las páginas y redes “católicas”, ya que aunque exista muy buena voluntad, en muchos casos en las redes transmiten una teología confusa , unos mensajes combativos contra otras comunidades, unos videos centrados en “milagros” que pueden confundir a los destinatarios y desdibujar la imagen del cristianismo.

El centro de las redes sociales virtuales y en particular en Facebook es la amistad. Las primeras redes que generalmente se construyen en Facebook son aquellas que son cercanas a partir de los lazos familiares, de amigos y se va enriqueciendo con conocidos de amigos hasta llegar a nuevas amistades fuera del propio círculo. Los sentimientos de pertenencia y afinidad se van configurando a partir de contactos diarios, del tipo de material compartido, de los intereses comunes y de la empatía que se siente con lo que expresa el otro.

Evangelizar las redes no es sólo tener el dinero para comprar la tecnología, sino tener una red de contactos interesados en que se haga parte de su red. Para mantenerse como “interesante” implica una alta carga de producción de contenidos y de comentarios.

En cuanto a las amistades conseguidas en las redes algunos sienten que se establecen sentimientos de mucha profundidad, ya que los extraños se convierten en confidentes, en cómplices y en consejeros, esto deja la pregunta ¿es posible el

amor en el mundo digital. Esto en su dimensión positiva, permite un soporte afectivo externo que en varios casos pasan a ser consolidados offline.

Benedicto XVI en su mensaje a la Jornada Mundial de la Comunicaciones Sociales del 2013<sup>258</sup>, ofrece un panorama que justifica la acción en las redes sociales; entre otras varias razones:

- Se valora las redes como instrumento de evangelización.
- Las describe como factor de desarrollo humano.
- Señala que en *algunos contextos geográficos y culturales en los que los cristianos se sienten aislados, las redes sociales permiten fortalecer el sentido de su efectiva unidad con la comunidad universal de los creyentes.*
- Las redes *ofrecen la posibilidad de compartir fácilmente los recursos espirituales y litúrgicos, y hacen que las personas puedan rezar con un renovado sentido de cercanía con quienes profesan su misma fe.*
- La implicación *auténtica e interactiva con las cuestiones y las dudas de quienes están lejos de la fe nos debe hacer sentir la necesidad de alimentar con la oración y la reflexión nuestra fe en la presencia de Dios.*
- Se valora que *existen redes sociales que, en el ambiente digital, ofrecen al hombre de hoy ocasiones para orar, meditar y compartir la Palabra de Dios.*

---

<sup>258</sup> BENEDICTO XVI. Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización " Mensaje, a la 46 *Jornada mundial de las comunicaciones sociales*, Vaticano, 13 de enero de 2013. [https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20130124\\_47th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html).

- Expone la posibilidad de que *estas redes pueden asimismo abrir las puertas a otras dimensiones de la fe.*
- Se constata que *muchas personas están descubriendo, precisamente gracias a un contacto que comenzó en la red, la importancia del encuentro directo, de la experiencia de comunidad o también de peregrinación, elementos que son importantes en el camino de fe.*
- *Tratando de hacer presente el Evangelio en el ambiente digital, podemos invitar a las personas a vivir encuentros de oración o celebraciones litúrgicas en lugares concretos como iglesias o capillas.*
- Se requiere *coherencia y unidad en la expresión de nuestra fe y en nuestro testimonio del Evangelio dentro de la realidad en la que estamos llamados a vivir, tanto si se trata de la realidad física como de la digital.*
- Recordar que, *ante los demás, se está llamado a dar a conocer el amor de Dios, hasta los más remotos confines de la tierra.*

Es importante pensar cuanto antes en una escuela eclesial que forme, acompañe, anime, articule a los nuevos agentes en modelos ciberevangelizadores. No se puede desconocer que actualmente ya existen iniciativas dentro de la Iglesia para llegar o comprender a la cibercultura, pero que sería valioso seguir articulándolas en proyectos de mayor impacto y que avancen aún más y de manera práctica lo iniciado por las reflexiones de Ciberteología y Ciberevangelización.

Animados por el deseo de evangelizar no habría razón para tener miedo a ir a nuevas fronteras, pero no es suficiente la buena voluntad, ya que los desafíos son enormes y junto a grandes alegrías pueden encontrarse situaciones de pecado, el

desprecio, los ataques directos a causa de las propias convicciones de fe; y no es raro encontrar los insultos anónimos, los intentos de hackear las cuentas, el envío de material obsceno o agresivo, las tentativas de suplantación y el descrédito, aun con sorpresa que en ocasiones los ataques y la crítica vienen del interior de la Iglesia. Esto en lugar de desanimar, se convierte en un incentivo misionero para revisar el propio impulso, los métodos y lenguajes buscando ser fiel, recordando siempre que el sujeto evangelizador no es el individuo sino la Iglesia, en palabras del Papa Francisco en *Evangelii Gaudium*:

La evangelización es tarea de la Iglesia. Pero este sujeto de la evangelización es más que una institución orgánica y jerárquica, porque es ante todo un pueblo que peregrina hacia Dios. Es ciertamente un misterio que hunde sus raíces en la Trinidad, pero tiene su concreción histórica en un pueblo peregrino y evangelizador, lo cual siempre trasciende toda necesaria expresión institucional. Propongo detenernos un poco en esta forma de entender la Iglesia, que tiene su fundamento último en la libre y gratuita iniciativa de Dios.

Un modelo ciberevangelizador pide expresar la fe, la esperanza y la caridad en su máximo grado, pues quien esté dispuesto a seguir a Cristo también ha de encontrarse preparado para abrir caminos nuevos y nuevos modelos, en un espacio profundamente humanos que necesita ser redimido para y en Cristo; es aquí donde la oración, el estudio de la palabra y sobre todo el fortalecimiento de comunidad de vida serán los garantes de esta misión de comunión eclesial. El empeñarse en

construir en modelos inéditos es un ejercicio de esperanza que pide lanzar de nuevo las redes.

Las nuevas realidades del ciber mundo piden a la Iglesia responder a los signos de los tiempos desde la fe<sup>259</sup>. Es aquí donde la comunidad eclesial acude al Dios de la vida para que le otorgue la sabiduría para asumir la historia desde los valores del Evangelio. Es en esta realidad donde se hace necesario volver la mirada a Dios amoroso para darle sentido a los esfuerzos misioneros y el compromiso solidario del servicio a la humanidad. En Pentecostés los Apóstoles fueron impulsados por el Espíritu Santo para dar testimonio valiente del Resucitado, desde entonces los misioneros han ido muy lejos, alcanzando poblaciones en lugares difíciles e inaccesibles y ahora la nueva frontera a la que muchos se sienten enviados es el ciberespacio.

Es necesario con Dios escuchar el clamor de su pueblo, para anunciar con esperanza que son posibles cielos nuevos y tierras nuevas en el *redescubrimiento*

---

<sup>259</sup> “The ‘signs of the times’ may be described as those events or phenomena in human history which, in a sense, because of their impact or extent, define the face of a period, and bring to expression particular needs and aspirations of humanity at that time. The Council’s use of the expression, ‘signs of the times’, shows that it fully recognized the historicity not only of the world, but also of the Church, which is in the world (cf. Jn 17:11, 15, 18) though not of the world (cf. Jn 17:14, 16). What is happening in the world at large, good or bad, can never be a matter of indifference to the Church. The world is the place in which the Church, following in the footsteps of Christ, announces the Gospel, bears witness to the justice and mercy of God, and participates in the drama of human life”. International Theological Commission. “Theology Perspectives, Principles and Criteria”. Vaticano 11 de noviembre de 2011. Acceso 22 de enero de 2013 [http://www.vatican.va/roman\\_curia/congregations/cfaith/cti\\_documents/rc\\_cti\\_doc\\_20111129\\_tologia-oggi\\_en.html#CHAPTER\\_2](http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_cti_doc_20111129_tologia-oggi_en.html#CHAPTER_2)

*de Jesucristo, del Dios vivo de la revelación y, desde aquí, promover y hacer realidad la civilización del amor y de la vida*<sup>260</sup>.

La evangelización en internet suscita a que el mensaje de anuncio del Señor repercute en la vida de los destinatarios, ya que el verdadero trabajo se tiene cuando lo que se aprende, se comparte y se vive dentro de las redes sociales puede llegar a influir sobre la existencia cotidiana, el actuar y el compromiso de los hombres y mujeres en sus relaciones familiares, sociales, laborales y eclesiales. El hablar de la vida es una de las enseñanzas de Jesucristo perfecto comunicador, quien tocó la vida de los hombres y las mujeres desde sus experiencias domésticas y cotidianas.

Los principales aprendizajes del proceso de elaboración de un modelo fueron los siguientes:

-Evangelizar las redes sociales pide vaciarnos para estar atento a la escucha, la misma dinámica de abandonarse, de dejar el ruido interno, de acallar los prejuicios e ir al encuentro del otro en sus propias circunstancias de la red. Con humildad reconocer que el otro tiene también un relato, un testimonio, una declaración de verdad que debe ser atendida, comprendida y en último término releída a la luz del amor en Dios.

Hoy es una oportunidad como Iglesia de hacer presencia para escuchar a estos hombres y mujeres, al igual que Dios escuchó los clamores de su pueblo en

---

<sup>260</sup> Raúl Berzoza, *Evangelizar en una nueva cultura. Respuesta a los retos de hoy* (Madrid: San Pablo, 1997)131.



Éxodo; se ha de procurar estar atentos para responder a los gritos de auxilio, a los grandes temores y sin sentidos y escuchar con paciencia, mansedumbre y profundo amor a aquellos que buscan pero aun no encuentran a Dios; pero este diálogo de escucha, debe también promocionarse entre ellos, pues la Iglesia que asume ser madre y maestra debe enseñar a sus hijos, a que se escuchen mutuamente, se amen y se reconozcan.

-El amor constituye un ejercicio de búsqueda de la esencia humana y en último término de la esencia divina. Siguiendo las redes y claro está en todos los aspectos de la vida diaria, la gente busca ser amada, protegida, valorada y de igual manera tener la experiencia de reciprocidad al amor recibido. Al ser el amor un imperativo en el cristianismo, el amor no ha de ser ubicado como un asunto marginal, sino fundamental para dar el sentido a la existencia. Pero este amor no se expresa únicamente como un sentimiento pasivo, sino que se convierte en una dinámica creadora en el que se sale de sí para encontrarse con el otro y en el otro;

-La evangelización de las redes, en dimensión mística, es la invitación a convertirse en el amor mismo que se comunica. Estos conceptos acerca del amor son vivenciales en las redes sociales, pues no basta llegar con teorías, con palabras, con frases (aunque sean bíblicas), si el interlocutor no se siente realmente amado y acogido; surge una sensibilidad personal y colectiva en el que aquellos que se expresan sirven y cuidan de los demás con amor, son reconocidos como nodos de encuentro. La intención es llevar ese amor de sus hermanos a Dios, a la vez que llevar el amor de Dios a la red. Y todo en un ámbito de gracia, gratuidad y

gratitud en “olor a Evangelio”. Desde aquí queda también cómo esta nueva expresión de espiritualidad afectara a la comprensión de la sacramentología en nuevos escenarios.

El cristianismo es realmente una escuela del amor de la que necesitan las redes sociales. En ocasiones se ha olvidado lo básico y muchos se han enredado y hasta confundido en las especulaciones, en las estructuras, en propios intereses y algunos de forma avergonzante, hablan del amor más como una cuestión teórica que como una experiencia vital. Se necesita en las redes una vivencia amorosa como cristianos que dé testimonio de la creencia en el Dios de la vida, de la paz y de la unidad (ecumenismo).

-El anuncio amoroso en las redes sociales implica un mensaje de esperanza y, al igual que Jesucristo en Lc 4,18-19, releendo el pasaje de Isaías donde proclama el año de gracia del Señor, así también cada agente evangelizador de las redes puede anunciar que es posible la liberación del cautiverio que produce la desinformación, la infopobreza, la infoxicación y la manipulación; que anuncia la vista a tantos que han sido enceguecidos por la mentira, las máscaras, las suplantaciones y los engaños, la libertad a los oprimidos por sistemas perversos que van creando nuevas desigualdades en brechas digitales cada vez más profundas y anunciar con alegría la buena nueva a los empobrecidos de la cultura digital y aquellos que ni siquiera pueden acceder a ella.

Una de la imagen analizada registra el mensaje **“Jesús era un experto en redes sociales, con solo doce seguidores logró imponerse al mundo”** en su

sencillez resume el centro de un modelo de ciberevangelización. Muchas veces existe preocupación por las mediaciones tecnológicas, pedagógicas, los equipos, por convocar especialistas pero lo fundamental es estar inspirados por el verdadero comunicador que es Jesús; recordar que la Iglesia es una red social es sacramento de Dios que comenzó con unos pocos discípulos que al sentir el amor de Cristo, vivificarse en su Espíritu y permitirse ser recreados por el Padre, fueron a todos los rincones del mundo haciendo sus propias redes sociales que fueron relevadas de generación en generación para dar testimonio.

Conviene terminar las conclusiones generales con las desafiantes palabras del Papa Francisco en la jornada de las comunicaciones 2014 y sea este el momento también para agradecer a los lectores por haber acompañado la lectura de esta investigación:

No basta pasar por las «calles» digitales, es decir simplemente estar conectados: es necesario que la conexión vaya acompañada de un verdadero encuentro. No podemos vivir solos, encerrados en nosotros mismos. Necesitamos amar y ser amados. Necesitamos ternura. Las estrategias comunicativas no garantizan la belleza, la bondad y la verdad de la comunicación. El mundo de los medios de comunicación no puede ser ajeno de la preocupación por la humanidad, sino que está llamado a expresar también ternura. La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas. La neutralidad de los medios de comunicación es aparente: sólo quien comunica poniéndose en juego a sí mismo puede representar un punto de referencia. El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador. Precisamente por eso el testimonio cristiano, gracias a la red, puede alcanzar las periferias existenciales.

## BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFÍA.

Aguilar, Fernando. *Evangelizar*. Madrid: Edición Encuentro, 2010.

Aguilar, Luis. *Cibersociedad, los retos sociales ante un nuevo mundo digital* España: Mc Graw – Hill. 1997.

Alaiz, Atilano. *De extraños a hermanos. La comunidad cristiana*. Madrid: Editorial el Perpetuo Socorro, 2010

Alvarado, Adriana. “¿Por qué jamás debes agregar desconocidos a Facebook?” *Fratela*. <http://fratela.com/por-que-jamas-debes-agregar-desconocidos-a-facebook/>.

Alarcón, Jesica, y Elizabeth López, “Facebook como uno de los espacios de interacción entre individuos a partir de la muerte”. Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, 2013. <http://hdl.handle.net/10554/15679>

Alessandro, Gisotti. “Non dobbiamo aver paura di rinnovare le strutture della Chiesa”. *Radio Vaticana*. Non 6 luglio 2013. <http://www.nuovaevangelizzazione.org/index.php/omelie-a-casa-santa-marta/246-non-dobbiamo-aver-paura-di-rinnovare-le-strutture-della-chiesa>

Angel, Herminio. *Video Características de Web 2.0 y Web 3.0*. <https://www.youtube.com/watch?v=BolUe48r6lg>

Arboleda, Carlos. Evangelizar la cibercultura: los retos de la ciberteología. VERITAS, N° 38 (Diciembre 2017) 163-181

Ashford, Bruce. "Theology and Culture : Theology in Cultural Context". *Criswell College*. Publicado octubre 2011

<http://forchristandculture.com/2011/10/24/theology-and-culture-6-theology-in-cultural-context/>.

Atilano Alaiz. *De extraños a hermanos. La comunidad cristiana*. Madrid: Editorial el Perpetuo Socorro, 2010.

Augustien, George. *El desafío de la nueva evangelización - Impulso para la revitalización de la fe*. España Santander: Sal Terrae, 2012.

Babin, Pierre. "Evangelizar a los jóvenes en la era de las comunicaciones" *Revista Misión Joven*, no. 183 (1992).

----- . *La era de la comunicación, Para un nuevo modo de evangelizar*. Santander: Editorial Sal Terrae, 1992.

Barone, Myriam. Ponencia "Globalización y postmodernidad: Encrucijadas para las políticas Sociales del nuevo milenio". CEPAL. *Reunión de Expertos sobre Globalización, Cambio Tecnológico y Equidad de Género*, Sao Paulo, Brasil, 5 y 6 noviembre. <http://www.cepal.org/mujer/noticias/noticias/0/8260/posmodernidad.pdf>

BBC, "La Revolución virtual" El precio de lo gratuito" Publicado 14 de enero de 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=9CghMhaNdZI>.

----- "Mundo la locura de los selfies, en números".  
[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150807\\_finde\\_selfies\\_estadisticas\\_lb](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/08/150807_finde_selfies_estadisticas_lb).

Bhagat, Smiriti, y Moira Burke, Carlos Diuk, Ismail Onur Filiz, Sergey Edunov.  
 "Three and a half degrees of separation, Facebook research".  
<https://research.fb.com/three-and-a-half-degrees-of-separation/>.

Benedicto XVI. "Nuevas tecnologías, nuevas relaciones -Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad." Mensaje, a la *43 Jornada mundial de las comunicaciones sociales*, Vaticano. 24 de mayo de 2009.  
[https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)

----- "Silencio y Palabra: camino de Evangelización." Mensaje, a la *46 Jornada mundial de las comunicaciones sociales*. Vaticano. 20 de mayo de 2012.  
[https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20120124\\_46th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedictxvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day.html)

-----"Redes Sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización " Mensaje, a la *46 Jornada mundial de las comunicaciones sociales*, Vaticano, 13 de enero de 2013. [https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20130124\\_47th-world-communications-day.html](https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html)

Berzoza, Raúl. *Evangelizar en una nueva cultura. Respuesta a los retos de hoy*. Madrid: San Pablo, 1997.

----- . *10 desafíos al cristianismo desde la nueva cultura emergente.*  
 España Navarra: Editorial Verbo, 2004.

Borgmann, Albert. *Power Failure, Christianity in the Culture of Technology.* USA:  
 Published by Brazos Press, 2003.

Cadavid, Álvaro. *La Nueva Evangelización. Itinerario, identidad y Características a partir del Magisterio Episcopal Latinoamericano.* Bogotá: CELAM, 2012.

Canal Trece Colombia, “Cerebros del Siglo XXI”, video en Youtube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=i7qiacVF74Q>. Acceso 21 diciembre de 2016

Castro, Ángela María. “Derecho a intimidad en las redes sociales de Internet en Colombia”, NOVUM JUS 10 (enero- junio 2016).

CCM. “Spyware”.<http://es.kioskea.net/contents/virus/spywares.php3> Acceso el 20 de noviembre de 2012.

CELAM. *Globalización y Nueva Evangelización en América Latina. Reflexiones del -----, 1999 – 2003.* Bogotá: Esfera editores, 2003.

-----“Documento de Aparecida”, *V Conferencia general del Episcopado Latinoamericano y del Caribe. No 489. Publicada 31 de mayo de 2007).*  
<http://www.celam.org/aparecida/Espanol.pdf>

----- *Evangelización de la Cultura Hoy - Oportunidades y amenazas.* Bogotá, 2007.

----- *Hacia una nueva evangelización - Aportes desde América Latina y el Caribe.*  
Bogotá, 2012.

Charles, Sebastien. "De la postmodernité à l'hypermodernité". *Revue Argument, Politique, société. Histoire* (2005). <http://www.revueargument.ca/article/2005-10-01/332-de-la-postmodernite-a-lhypermodernite.html>

Celli, Claudio María. "Internet and the Defense of the Human Person". *L'Osservatore Romano*. Publicado 8 septiembre de 2008.  
<http://www.ewtn.com/library/Media/internetdef.htm>

-----Palabras de apertura Congreso "Iglesia y Cultura digital"  
Commissione Teológica Internazionale, "Dio Trinita, unità degli uomini. Il monoteísmo contro la violenza". *Vaticano*. Publicado 17 de enero de 2014  
[http://www.vatican.va/roman\\_curia/congregations/cfaith/cti\\_documents/rc\\_cti\\_2014\\_0117\\_monoteismo-cristiano\\_it.html](http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_cti_2014_0117_monoteismo-cristiano_it.html).

Cortejoso, David. "Definición y características del grooming".<http://bullying-acoso.com/definicion-y-caracteristicas-del-grooming/>.

Cuizara Cordova, Angel. "Analfabetismo Tecnológico",  
<https://es.scribd.com/doc/56305711/analfabetismo-tecnologico>.

Committee on Evangelization and Catechesis. "Disciples Called to Witness. The new Evangelization". *United States Conference of Catholic*. Publicada 2012  
<http://www.usccb.org/beliefs-and-teachings/how-we-teach/new-evangelization/upload/Disciples-Called-To-Witness-The-New-Evangelization.pdf>



Comodo, Vicenzo. *Cons@dros on line - Rutas para la navegación de los religiosos en Internet*. España: Editorial San Pablo, 2006.

CONFIEP Perú, "La importancia de las habilidades blandas en las empresas". <https://connectamericas.com/es/content/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-empresas>.

Conceptos Redes Sociales. "Microblogging", <https://conceptos-redes-sociales.wikispaces.com/Microblogging>.

Correa, Arlovich, y Carlos Monje, "Comunicación y Ciudadanía en Internet". Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana, 2002.

Correa, Jaime. *Evangelizar la Postmodernidad desde América Latina*. Bogotá: CELAM, 2000.

CPORG, "Peligros y riesgos de Facebook y otras redes sociales". Publicada febrero de 2013. <http://www.comoprogramar.org/peligros-riesgos-facebook-redes-sociales/>. Acceso 02 de junio de 2015.

Crescenzo, Sepe Cardenal, "La cultura al servizio della missionarietà". *Intervento del Gran Cancelliere della PUU*, Pontificia Universitas Urbaniana, 2003. [http://www.urbaniana.edu/it/eventi/375\\_s1.htm](http://www.urbaniana.edu/it/eventi/375_s1.htm)

Da Silva, Aline Amaro. "CIBERGRAÇA: Fé, evangelização e comunhão nos tempos da rede". Tesis maestría, Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2015.

Definidor. "¿Qué significa Hakear Algo?". <http://definidor.blogspot.com/2009/01/que-significa-hackear-algo.html>.

Del Prete, Vito. *La buena tierra, reflexiones sobre la evangelización*. Roma: Secretario Internacional de la Pontificia Unión Misional, 2010.

Delgado, Jennifer. El "yo interactivo": un trastorno provocado por internet". Publicado enero de 2010. <http://www.rinconpsicologia.com/2010/01/el-yo-interactivo-un-trastorno.html>.

----- "Psicología del Facebook: Dime cuántas veces actualizas tu perfil y te diré quién eres. Publicado Marzo de 2011. <http://www.rinconpsicologia.com/2011/03/psicologia-del-facebook-dime-cuantas.html>.

Diccionario LID de Marketing Directo e interactivo, "Influenciadores". <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/influenciadores>.

Dubar, Robin. "Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks?" The Royal Society open Science. <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/3/1/150292>.

El País.com. “Estudios revelan que Facebook ha provocado 28 millones de divorcios”. Publicado 31 de marzo de 2013. <http://www.elpais.com.co/mundo/estudios-revelan-que-facebook-ha-provocado-28-millones-de-divorcios.html>.

Enciclopedia de Ciencias y Tecnologías en Argentina. “Tecnosfera”. <http://cyt-ar.com.ar/cyt-ar/index.php/Tecn%C3%B3sfera>.

Escobar, Verónica. “Prótesis tecnológicas”. <http://extencionestecnologicas.blogspot.com.co/>.

Esquerda, Juan. *Misionología. Evangelizar en un mundo global*. España: Biblioteca de Autores Cristianos, 2008.

Fabrikazioaren Zentro Aurretatua. Manual sobre Facebook: redes sociales para usuario y para empresa. <http://www.imh.eus/es/comunicacion/dokumentazio-irekia/manuales/manual-facebook-redes-sociales-para-usuario-y-para-empresa>.

Fahrenheit – Muller, Geiko. *El Espíritu de Dios. Transformar un mundo en crisis*. Bilbao, Grafo, S.A, 1993.

Fernández Moreno, Sandra, “¿Qué es un selfie? Significado y cómo hacerlos” 02 septiembre 2017. <http://www.valortop.com/blog/que-es-un-selfie>.

Fernández del Valle, Agustín. *La civilización del amor - Reflexiones para una sociedad en crisis*. México: FCE, 2006.

Fisichella, Rino. *La nueva evangelización*. España Santander: Sal terrae, 2012

----- “Gesú “Evangelizzatore”. Vaticano, Publicado en diciembre de 1996.[http://www.vatican.va/jubilee\\_2000/magazine/documents/ju\\_mag\\_dec1996\\_fisichella\\_it.html](http://www.vatican.va/jubilee_2000/magazine/documents/ju_mag_dec1996_fisichella_it.html).

Fornari, Isabel. *A la escucha del Huésped (Lc 10,38.42). La hospitalidad en el horizonte de la comunicación*. España: Editorial Verbo Divino, 1995.

Galvis, María. “Estrategia para crear posicionamiento de marca y ventaja competitiva a través de Facebook”. Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, 2013.<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10563/GalvisRizoMariaAlejandra2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Garaigordobil, Maite. “Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión”. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*. 11, (2011). <http://www.ijpsy.com/volumen11/num2/295/prevalencia-y-consecuencias-del-cyberbullying-ES.pdf>

García Ibarra, Katheryne. “Construcción de la identidad de los estudiantes javerianos en Facebook”. Tesis de grado: Universidad Javeriana, 2010.

García, Gerardo, y Víctor Manuel Joffre-Velazques, Gerardo Martínez, Arturo Llanes-Castillo. “Cyberbullying: Forma virtual de intimidación escolar”. *Revista colombiana de psiquiatría* 40: 115. (2011) <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v40n1/v40n1a10.pdf>

García, José Luis. *Crear y amar con Benedicto XVI*. España: Ediciones Universidad de Navarra, S.A, 2009.

Geffré, Claude "La crisis de identidad en la época del pluralismo religioso". *Revista Internacional de Teología Concilium. ¿Cristianismo en Crisis?*, No 311 (Junio 2005).

Go-globe."Social Media Addiction Statistics and Trend". Publicado 26 de diciembre de 2014. <http://www.go-globe.com/blog/social-media-addiction/>. Acceso marzo de 2015.

Gómez, Edgar. "Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente". Observatorio para la CiberSociedad.UAM-Xochimilco.

<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=21>.

Gómez, José. "La Nueva Evangelización y el Atrio de los Gentiles". *Sal Terrae Revista Pastoral. Vol. 53 – 6*, No 6 (Noviembre – diciembre 2012).

González – Carvajal, Luis. *Evangelizar en un mundo postcristiano*. España, Santander: Editorial Sal Terrae, 1993.

Gonzalez, Ivette. "¿Cuánto tiempo de tu vida pasas en las redes sociales?". *Ilifebelt*. Abril 2017. <http://ilifebelt.com/cuanto-tiempo-vida-pasas-las-redes-sociales/2017/04/>.

Gros, Begoña, y David Contreras. “La Alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas”, *Revista Iberoamericana de Educacion*, 42 (2006).

Guerrero, David, y Laura Moncayo, Juanita Parra. Instituto Alberto Merani. “El acoso escolar en la era digital”. Tesis de grado: Instituto Merani, 2015. [http://www.institutomerani.edu.co/publicaciones/tesis/2015/cyberbullying%20\\_acoso\\_escolar\\_era%20virtual.pdf](http://www.institutomerani.edu.co/publicaciones/tesis/2015/cyberbullying%20_acoso_escolar_era%20virtual.pdf).

Herrera, María Fernanda, y María Paula Pacheco, Joaquin Palomar, Daniela Zavala. “La adicción a Facebook Relacionada con la Baja Autoestima, la depresión y la Falta de Habilidades Sociales”. *Psicología Iberoamericana*: 18 (Enero- julio 2010). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133915936002>

Hutchings, Tim. “The politics of Familiarity: Visual, Liturgical and Organisational Conformity in the Online Church”, *Heidelberg Journal of Religions on the Internet* 4 (2010).

International Theological Commission. “Theology Perspectives, Principles and Criteria” Vaticano 11 de noviembre de 2011. [http://www.vatican.va/roman\\_curia/congregations/cfaith/cti\\_documents/rc\\_cti\\_doc\\_20111129\\_teologia-oggi\\_en.html#CHAPTER\\_2](http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_cti_doc_20111129_teologia-oggi_en.html#CHAPTER_2)

Iannuzzi, Raffaele. “L'esperienza cristiana nel post-moderno: un kairós per la Chiesa?”, *Reportata*. Publicado 2003 <http://mondodamani.org/reportata/iannuzzi01.htm>.

Illanez, José Luis. *Desafíos teológicos de la nueva evangelización en el horizonte del tercer milenio*. España: Ediciones Palabras, 1999

Informaticahoy, “¿Qué son los Trolls y por qué son tan molestos?”  
<http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-son-Trolls-molestos.php>.

Infoxicadoblog JGS. “La infoxicación. ¿Enfermedad Digital?”.  
<https://infoxicadoblog.wordpress.com/2014/02/21/la-infoxicacion-la-1a-enfermedad-digital/>.

Instituto de Salud libertad, “Adicción a internet o ciberadicción, Características – tratamiento”.  
<http://www.saludlibertad.com/publicaciones/adicciones/tipos-de-adicciones/adicciones-conductuales/ciberadiccion>.

Instituto Internacional Español de Marketing Digital. “Que es prosumer”.  
<https://iiemd.com/prosumer/que-es-prosumer>.

International Theological Commision. “Theology Perspectives, Principles and Criteria” Vaticano. Publicado 11 de noviembre de 2011.  
[http://www.vatican.va/roman\\_curia/congregations/cfaith/cti\\_documents/rc\\_cti\\_doc\\_20111129\\_teologia-oggi\\_en.html#CHAPTER\\_2](http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/cti_documents/rc_cti_doc_20111129_teologia-oggi_en.html#CHAPTER_2).

Internet Grooming. “¿Qué es el grooming”. En asocio con Pantallas Amigas.,  
<https://internet-grooming.net/>

Izuel, Juan. "Internet una nueva oportunidad". *Revista Imágenes de Fe*, No 438, (diciembre 2009).

James Fawler por Punset Eduardo, "Redes Psicología – Poder de las redes sociales" Publicado 27 de febrero de 2012.  
<https://www.youtube.com/watch?v=o7kLfHpySek>.

Janet Gomez, "5 pasos para crear una estrategia de Branding Exitosa".  
<https://www.merca20.com/5-pasos-para-crear-una-estrategia-de-branding-exitosa/>

Jefatura de Gabinete de Ministros de la nación Argentina, "Conozca los riesgos de la tecnología" Publicado 3 de julio de 2012  
<https://www.youtube.com/watch?v=ky1jh3d6haE>.

-----"Proteja sus hijos". Publicado 23 de diciembre de 2009 <https://www.youtube.com/watch?v=C43q2soNZrl>.

----- "Del otro lado del clic". Publicado 3 de julio de 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=15eNnfBL42A>.

Jiménez, Anibal. "Modernidad sólida vs Modernidad Líquida", *AZ Revista de Educación y Cultura* (2017).  
<http://www.educacionyculturaaz.com/noticias/modernidad-solida-vs-modernidad-liquida>.

JUAN PABLO II. "Carta Encíclica Redemptoris Missio". Roma 7 de diciembre de 1990.  
[http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf\\_jp-ii\\_enc\\_07121990\\_redemptoris-missio.html](http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html)



\_\_\_\_\_. "Internet: un nuevo foro para la proclamación del Evangelio"  
Mensaje para la 36 Jornada de las Comunicaciones Sociales, *mayo de 2002*.  
[http://w2.vatican.va/content/johnpaulii/es/messages/communications/documents/hf\\_jp-ii\\_mes\\_20020122\\_world-communications-day.html](http://w2.vatican.va/content/johnpaulii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html)

Jung, Paula, y Sandra Portella. "Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura", *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, (Dezembro 2005). <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/55/55>.

Kasper, Walter. *La nueva evangelización: un desafío pastoral, teológico y espiritual. El desafío de la nueva evangelización. Impulso para la revitalización de la fe*. España Santander: Sal Terrae, 2012.

Koninets, Robert. "The field behind the screen: Using netnography for marketing research in Online Communities", *JMR, Journal of Marketing Research*, (Feb 2002). <http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>

Krasnova, Hanna, y Helena Wenninger, Thomas Widjaja, Peter Buxmann. "Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction?", *Institute of Information Systems, Humboldt-Universität zu Berlin, Berlin, Germany*. <http://www.ara.cat/2013/01/28/855594433.pdf?hash=b775840d43f9f93b7a9031449f809c388f342291>.

Krause, Renilda “O Aconselhamento Pastoral Virtual: A partir de um estudo da *Telefonseelsorge* na Internet e da Maranataonline”. Doutorado em Teología, Escola superior de Teología, São Leopoldo (RS), 2010.

Lacroix, Xavier. “¿Por qué hablar de duración y de fidelidad en una cultura de lo provisional y lo frágil”? *Selecciones de Teología*, Volumen 48, No 192 (Octubre – diciembre 2009).

Lopez de Fez, Alicia. “El sexting: que es y principales riesgos psicológicos”. *Centro de Psicología López de Fez*. <http://www.centropsicologiaopezdefez.es/blog/que-es-el-sexting/>.

Levy, Pierre. O que é o virtual?. São Paulo: Editora 34, 1996.

Madrigal, Santiago. “Las relaciones Iglesia – mundo según el Vaticano II”, En *Teología y nueva Evangelización*, ed. G. Urribarri. Madrid Bilbao: Desclée de Brouwer, 2005.

Mateo Seco, Lucas. Teología Trinitaria, *Dios Espíritu Santo*. Alcalá: Ediciones Rialp, 2005.

MBA & Educación Educativa. “Las 17 habilidades blandas más solicitadas para cargos TIC en Chile”. <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/las-17-habilidades-blandas-mas-solicitadas-para-cargos-tic-en-chile-0>.

Manene, Miguel Angel. Marketing: introducción, concepto, evolución, deficiones y tipos. Publicado 20 de enero de 2012.

["http://www.luismiguelmanene.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/](http://www.luismiguelmanene.com/2012/02/20/marketing-introduccion-concepto-evoluciondefiniciones-y-tipos/).

Meza, José Fabián. Harold Ernesto Mora, "Recomendaciones para implementar una estrategia de mercadeo exitosa en Facebook". Tesis de grado. Pontificio Universidad Javeriana, 2011. <http://hdl.handle.net/10554/10660>

Mintic Colombia. "¿Qué es el grooming?". <http://www.enticconfio.gov.co/index.php/riesgos-jovenes/item/139-grooming.html>.

Moya, Marian, y Jimena Vázquez, "De la Cultura a la Cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad". *Cuadernos de Antropología*, No 31 (Enero – julio, 2010) [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1850275X2010000100004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850275X2010000100004)

Marín, Jorge. "Analfabetismo tecnológico". [http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/el\\_analfabetismo\\_tecnologico.pdf](http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Linguagem%20Visual/el_analfabetismo_tecnologico.pdf).

Marshallm Tara. "Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking" *Department of Psychology, School of Social Sciences, Brunel University*. <http://online.liebertpub.com/doi/full/10.1089/cyber.2012.0125>.

Mateo Seco, Lucas. Teología Trinitaria, *Dios Espíritu Santo*. Alcalá: Ediciones Rialp, 2005.

Mera, Alda. "El ciberacoso, un fenómeno que crece a la velocidad del internet", El Pais.com.co <http://www.elpais.com.co/cali/el-ciberacoso-un-fenomeno-que-crece-a-la-velocidad-de-la-internet.html>.

Martínez Díez, Felicísimo. *Teología de la Comunicación*. Madrid: BAC, 1994.

Morrison, Laín. "Internet: un nuovo fórum per proclamare il vangelo - Internet: una Fonte di Evangelizzazione", Ufficio Nazionale per le comunicazioni social. Internet Ottobre, 2002.

[http://www.chiesacattolica.it/pls/cci\\_new/BD\\_EDIT\\_DOC\\_TXT.edit\\_documento?p\\_id=7126&id\\_sessione=&pwd\\_sessione](http://www.chiesacattolica.it/pls/cci_new/BD_EDIT_DOC_TXT.edit_documento?p_id=7126&id_sessione=&pwd_sessione).

Muros, Beatriz. "El concepto de identidad en el mundo virtual: el yo online", Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado, 14 (2), (2011): [http://www.aufop.com/aufop/uploaded\\_files/articulos/1311954432.pdf](http://www.aufop.com/aufop/uploaded_files/articulos/1311954432.pdf)

Odisea Documental. "Víctimas del Facebook" Publicado 1 de junio de 2013 <https://www.youtube.com/watch?v=oQMBfE6riQE>.

Omicrono," Las muertes por selfies, en cifras". <http://omicrono.elespanol.com/2016/02/las-muertes-por-selfie-en-cifras/>

Ozón Gorriz, Javier. “Grados seis de separación”, *Universidad de Catalunya. Rama de Estudiantes del IEEE de Barcelona*.  
<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9844/Article008.pdf>.

Panorama. “Obsesión celular: la nomofobia y otros males del Siglo XXI” Publicado 27 de julio de 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=mH8JTPEHZQU>.

Pantallas amigas. “Privacidad y ciberacoso en redes sociales: limita tus contactos” Publicado 3 de junio de 2014 [https://www.youtube.com/watch?v=\\_5FdtwlpL-M](https://www.youtube.com/watch?v=_5FdtwlpL-M).

-----“Sextorsión”. <https://www.sextorsion.es/sextorsion-como-se-origina/>

Pablo VI. “Decreto Ad Gentes”. Roma. 7 de diciembre de 1965.  
[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19651207\\_ad-gentes\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651207_ad-gentes_sp.html)

----- Exhortación apostólica. *Evangelii Nuntiandi*. Roma 8 de diciembre de 1975. [http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost\\_exhortations/documents/hf\\_p-vi\\_exh\\_19751208\\_evangelii-nuntiandi.html](http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html)

Papa Francisco “Il Papa nell'omelia: vero cristiano” *Vaticanit*. Publicado 30 de enero de 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=EQYrvDGf-FA>.

----- “Il Papa: il Vangelo è novità, non temeré i cambiamenti nella Chiesa. Messa a Santa Marta”. *Vaticano*. Publicado 5 de mayo de 2014

[http://it.radiovaticana.va/news/2014/09/05/il\\_papa\\_il\\_vangelo\\_%C3%A8\\_novit%C3%A0,\\_non\\_temere\\_cambiamenti/1105947](http://it.radiovaticana.va/news/2014/09/05/il_papa_il_vangelo_%C3%A8_novit%C3%A0,_non_temere_cambiamenti/1105947).

-----“Discurso del Santo Padre Francisco a los participantes en la Asamblea plenaria del Consejo Pontificio para las Comunicaciones sociales”, *Vaticano*. Publicado 21 de septiembre de 2013. [/w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2013/september/documents/papa-francesco\\_20130921\\_plenaria-pccs.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_plenaria-pccs.html).

-----“. “Partecipanti dell’Incontro Internazionale sul progetto pastorale di Evangelii Gaudium per un’ evangelizzazione rinnovata nello spirito missionario e nella gioia cristiana”. *Vaticano*. Publicado 19 de septiembre de 2014 <http://www.nazaret.tv/video/16/incontro-internazionale-sulla-nuova-evangelizzazione>.

-----“. “Papa: per essere missionari non contano istituzioni e risorse, ma amare la croce e lasciarsi condurre dallo Spirito. Per la Giornata dei seminaristi” *Asianews*. Publicado el 7 de julio de 2013 <http://www.asianews.it/notizie-it/Papa:-per-essere-missionari-non-contano-istituzioni-e-risorse,-ma-amare-la-croce-e-lasciarsi-condurre-dallo-Spirito-28405.html>.

-----“. *Solo el amor nos puede salvar*. España: Romana Editorial, S.L, 2013.

-----“. “Exhortación Apostólica Evangelii Gaudium” Roma 24 de noviembre de 2013. [http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20131124\\_evangelii-gaudium.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html)

----- . “La no violencia: un estilo de política para la Paz” .Mensaje del Papa Francisco para la 50 Jornada Mundial de la Paz. Roma 01 de Enero de 2017.  
[http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/peace/documents/papa-francesco\\_20161208\\_messaggio-l-giornata-mondiale-pace-2017.html](http://w2.vatican.va/content/francesco/es/messages/peace/documents/papa-francesco_20161208_messaggio-l-giornata-mondiale-pace-2017.html)

Pellitero, Ramiro. *Vivir el amor. En torno a la encíclica Deus caritas est*. Madrid: Ediciones Rialp, S.A, 2007

Pérez, Gabriel Jaime CELAM, “La Comunicación Social en el Magisterio de la Iglesia, Trasfondo bíblico y evolución del magisterio de la Iglesia Católica sobre la Comunicación Social” Bogotá: CELAM, 1997.

Pikaza, Xabier. *Palabras de amor. Guía del amor humano y cristiano*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer, 2007.

----- “Trinidad y comunidad cristiana. El principio social del cristianismo”. Salamanca: Secretario Trinitario, 1990.

Punset, Eduardo “Redes Psicología – Poder de las redes sociales” Entrevista a James Fawler. <https://www.youtube.com/watch?v=o7kLfHpySek>.

Ratzinger, Joseph. *Convocados en el camino de la fe. La Iglesia como comunión* Madrid: Ediciones Cristiandad, 2004.

Smith, Justin. “La biblia del mercadeo en Facebook”, trad. por Alberto Castillo, <https://sistemasinfojave.wikispaces.com/file/view/La+Biblia+del+Mercadeo+en+Facebook+al+010209.pdf>.

Softwarecriollo,” ¿Qué es el engagement?” <https://engagement.softwarecriollo.com/>

Ramis, Francesc. *Lucas. Evangelista de la ternura de Dios. Diez catequesis para descubrir al Dios de la misericordia*. España: Editorial Verbo Divino. España 1997.

Reyes, Miguel. “¿Sufre usted de nomofobia, la adicción al celular”, <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/sufre-usted-nomofobia-adiccion-celular/259456-3>.

Rice, Jesse. “The Church of Facebook: How the Huperconnected Are Redefining Comunity” Citado por Tim Hutchings en *Network Theology, Christian Understandings of New Media. Journal of Religion, Media and Digital Culture* (2012).

Rivero, Marcelo. “¿Qué es el Phishing?”. *Info Spyware*. <https://www.infospyware.com/articulos/que-es-el-phishing/>

-----“Qué son los malwares”, *Info Spyware*. <http://www.infospyware.com/articulos/que-son-los-malwares/>.

Rodríguez, Juan Carlos. “La globalización como reto educativo en la educación secundaria obligatoria”. Tesis de Doctorado, Universidad de Málaga, 2010.

Roccheta, Carlo. *Teología de la ternura - Un Evangelio por descubrir*. Bologna: Centro editorial Dehoniano, 2000.

----- “Francesco, Papa della tenerezza. Mons. Rocchetta: convertire il cuore di pietra in cuore di carne”. News va. 21 de marzo de 2013 <http://www.news.va/it/news/francesco-papa-della-tenerezza-mons-rocchetta-conv>



Rosas, María Cristina. "El analfabetismo digital", *ALAI*, agosto 2012.  
<http://www.alainet.org/es/active/57191>.

Rubio, Luis. *Nuevas vocaciones para un mundo nuevo - Laicos, religiosos y presbíteros para una nueva evangelización*. España Salamanca: Ediciones Sígueme, 2002.

Salazar, Fabián. *Retos propuestos por Internet a la iglesia en el camino de la ciberevangelización*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2014.

Sabater, Carmen. "La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en Internet". *Aposta Revista de Ciencias Sociales*. 61 (Abril-Junio 2014).

Sbardelotto, Moisés "Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet", *Cuadernos Teología Pública* 70 (2012).  
<http://www.ihu.unisinos.br/images/stories/cadernos/teopublica/070cadernosteologiaapublica.pdf>

Selfiecity. "Estadísticas". [https://www.youtube.com/watch?v=1zhPlu\\_Sxgc](https://www.youtube.com/watch?v=1zhPlu_Sxgc).

Sibilia, Paula. "La escuela en un mundo hiperconectado: ¿redes en vez de muros?: *Revista Educación y Pedagogía* 24, número 62, (enero-abril 2012),  
<file:///C:/Users/Nicolas/Downloads/Dialnet-LaEscuelaEsUnMundoHiperconectado-4161082.pdf>

Significados. "Significado de Emoticono". <https://www.significados.com/emoticono/>

Smith, Justin. “La biblia del mercadeo en Facebook”, trad. por Alberto Castitllo.  
<https://sistemasinfojave.wikispaces.com/file/view/La+Biblia+del+Mercadeo+en+Facebook+al+010209.pdf>.

Spadaro, Antonio. *Ciberteología. Pensar el cristianismo en el tiempo de la Red*, Trad. Antoni Martínez Riu .Barcelona: Herder, 2012.

Softwarecriollo, “¿Qué es el engagement?”.  
<https://engagement.softwarecriollo.com/>

Suprenant, Leon “E-Culturation”, Catholic Answers 22 número 1 (January, 2011).  
<http://www.catholic.com/magazine/articles/e-culturation>

Suta, Christine “¿Cómo convertirse en influenciadores en redes sociales”.  
<https://www.merca20.com/convertirse-en-influenciador-en-redes-sociales/>

Recursos Enprojectmanagement, “Identificación de los Stakeholders”.  
<http://www.recursosenprojectmanagement.com/identificacion-de-los-stakeholders/>.

Taringa. “Facebook Beneficios y Consecuencias y 25 Cosas que no sabías”.  
<https://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/15590129/Facebook-Beneficios-y-Consecuencias-y-25-Cosas-que-no-sabias.html>

Televisión alternativa, “Una chica es engañada por internet y móvil celular por un adulto”. Publicado 3 de septiembre de 2011.  
<https://www.youtube.com/watch?v=uthwUL8jjd8>.

Touraine, Alain, "Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy", *Cátedra Alfonso Reyes, Universidad Tecnológica de Monterrey*. Publicado 31 de octubre de 2013. [www.youtube.com/watch?v=HcKCttbUHIY](http://www.youtube.com/watch?v=HcKCttbUHIY).

United States Conference of Catholic Bishops. Committee on Evangelization and Catechesis, "Disciples Called to Witness. The new Evangelization" (2012). Acceso 4 marzo de 2014, <http://www.usccb.org/beliefs-and-teachings/how-we-teach/new-evangelization/upload/Disciples-Called-To-Witness-The-New-Evangelization.pdf>

Turbo, Osbaldo. "La netnografía: un método de Investigación en Internet". *Revista Iberoamericana de Educación* 47/2 (octubre de 2008).

Uribarri, Gabino. *El mensajero, perfiles del evangelizador*. Bilbao: Universidad Pontificia Comillas -Desclée De Brouwer. 2006.

VATICANO II. "Decreto Apostolicam actuositatem". Roma 18 de noviembre de 1965. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19651118\\_apostolicam-actuositatem\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19651118_apostolicam-actuositatem_sp.html)

-----."Constitución Pastoral Gaudium et Spes sobre en el mundo actual". Roma 7 de diciembre de 1965. [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19651207\\_gaudium-et-spes\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19651207_gaudium-et-spes_sp.html)

-----."Constitución Dogmática Lumen Gentium. Roma. 21 de noviembre de 1964.

[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19641121\\_lumen-gentium\\_sp.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_sp.html)

Vásquez Rocca, Adolfo. "La posmodernidad. Nuevo Régimen de Verdad, Violencia metafísica y fin de los metarrelatos". *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* 29, número 1. file:///C:/Users/Nicolas/Downloads/26807-26826-6-PB.PDF

Vela, Andrés. *Evangelizar de nuevo el kerigma cristiano en un mundo roto - Colección Teología Hoy No. 71*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. 2010.

Velilla, Javier. "Infoxicación, cuando la respuesta no es tecnológica, sino cultural". *SIC*. Publicado 16 de mayo de 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=fils6emu9H0>.

Velasco, José Ramón. "Internet y evangelización". *Eclesia* 11, número 1, (1997)

Vide, Vicente. *Comunicar la fe en la ciudad secular. Teología de la comunicación*. España: Editorial Sal Terrae. 2013.

We are Social 2017 "Digital in 2017 Global Overview. A Collection of Internet, social media, and mobile data around the world", en Colaboración con Hootsuite sobre estadísticas, análisis y tendencias digitales, en You Tube, acceso abril de 2016, <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview>. Acceso septiembre de 2017.

**Imágenes.**

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSnDftMM\\_w3\\_zOxl19NN0DrD6k0JdSjlulgxvsOjeV\\_SLgmMvJYe8g](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSnDftMM_w3_zOxl19NN0DrD6k0JdSjlulgxvsOjeV_SLgmMvJYe8g)

<http://www.meregusta.co/carteles/facebook/meregusta-les-queria-agradecer-a-mis-3300-amigos-del-faceboo-0-937755.previa.jpg>

<http://imagenesbonitasbuenas.com/wpcontent/uploads/2016/09/imagenesparauna-amiga-especial-02.png>

<https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQU8ao.B2RirVepuZfsRGuxXh0IHv-mdlOzZLnfs4xtHa1CD1y4h>

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcScM3Tx4tBAtvMmCyuav-dOa5sYDGYx2JW3ky\\_G0T-BXylshTbJCQ](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcScM3Tx4tBAtvMmCyuav-dOa5sYDGYx2JW3ky_G0T-BXylshTbJCQ)

<https://i.ytimg.com/vi/PXzUOJE1xLI/maxresdefault.jpg>

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/f8/4a/81/f84a81ccd0a21e00e59eb45e45ef3cd84f9—law.jpg>

[https://scontent.cdninstagram.com/t51.288515/e35/11355070\\_942015392537106\\_1457697392\\_n.jpg?ig\\_cache\\_key=MTATAxMDE4NjY4NjcxODM5MQ%3D%3D.2](https://scontent.cdninstagram.com/t51.288515/e35/11355070_942015392537106_1457697392_n.jpg?ig_cache_key=MTATAxMDE4NjY4NjcxODM5MQ%3D%3D.2)

<https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ0RHYY6IAQcfnokl7kBSq0ESjtX0TK4nLGI3DiXq1eW67Q-Sf2>

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT5BufKK\\_\\_S\\_4cq6ABlnZUqh\\_2uWoEQR605nafLG0DsggR8qPoB](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT5BufKK__S_4cq6ABlnZUqh_2uWoEQR605nafLG0DsggR8qPoB)

<https://i1.wp.com/mindsetcriativo.com/wp-content/uploads/2015/07/perigo-dasnudes.jpg?resize=696%2C464>

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRcBz0q2HxKofJvmKz5YvaONoOv0pFW2ICr\\_LdRHa7aWifPZIBQ](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRcBz0q2HxKofJvmKz5YvaONoOv0pFW2ICr_LdRHa7aWifPZIBQ)

<https://lh4.googleusercontent.com/G2HYuFhI6w4/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAE74/XyUOaiQeHV8/photo.jpg>

[http://img.desmotivaciones.es/201112/a20531316728\\_2183540\\_7053.jpg](http://img.desmotivaciones.es/201112/a20531316728_2183540_7053.jpg)

[https://scontent.cdninstagram.com/t51.288515/e15/11093140\\_944367278919666\\_758014024\\_n.jpg](https://scontent.cdninstagram.com/t51.288515/e15/11093140_944367278919666_758014024_n.jpg)

[http://images.hoy.com.py/uploads/59022/20140815181705esefe24239051408126625hr\\_\\_destacado.jpg](http://images.hoy.com.py/uploads/59022/20140815181705esefe24239051408126625hr__destacado.jpg)

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQw7A8TCTVdfw\\_tmEC6IQ\\_doDokYbXbfGksATizFEDGmgQxJ6vn](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQw7A8TCTVdfw_tmEC6IQ_doDokYbXbfGksATizFEDGmgQxJ6vn)

<https://i0.wp.com/imagenesdeamorcristianas.com/wpcontent/uploads/2017/01/imagenes-cristianas-de-amor-y-paz-2-e1483300590667.jpg>

[https://lh3.googleusercontent.com/180ICzF4DSM/VqorzTjl\\_dl/AAAAAAAAATvs/uOPwQZ8KAco/w728-h547/Dios%2Btiene%2Bfacebook.jpg](https://lh3.googleusercontent.com/180ICzF4DSM/VqorzTjl_dl/AAAAAAAAATvs/uOPwQZ8KAco/w728-h547/Dios%2Btiene%2Bfacebook.jpg)

[http://2.bp.blogspot.com/cjvsA6xZRZI/UQMBkBNO2BI/AAAAAAAAIUU/id2zygHNIhY/s400/574776\\_219058741539212\\_623444344\\_n.jpg](http://2.bp.blogspot.com/cjvsA6xZRZI/UQMBkBNO2BI/AAAAAAAAIUU/id2zygHNIhY/s400/574776_219058741539212_623444344_n.jpg)

[https://pastoralsocialxtores.files.wordpress.com/2012/01/n\\_redesface.jpg](https://pastoralsocialxtores.files.wordpress.com/2012/01/n_redesface.jpg)

<https://smediacacheak0.pinimg.com/736x/26/27/02/262702cf1eb3b40174bceb8c137fe1c3--cristo-jesus-yo.jpg>

<https://pbs.twimg.com/media/BcayZmrlUAAfURz.jpg>

<https://smediacacheak0.pinimg.com/564x/ec/97/25/ec9725e4828902215da115581961429d.jpg>

<http://imagenesconfrasesabias.com/wpcontent/uploads/2016/07/aa0098fd35c746c1b0c144fc43587c89-211x150.jpg>

<http://www.primeraplana.com.ar/wp-content/uploads/2016/07/elmemeno.com-privacidad.jpg>

<https://image.slidesharecdn.com/face-111115153021-phpapp01/95/adicción-a-facebook-1-728.jpg?cb=1321371084>

[https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQo\\_ASb7ALkFU7YzXQ3B\\_lbBrgBCfl7EaPkhp0humYCl7mef2pYZA](https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQo_ASb7ALkFU7YzXQ3B_lbBrgBCfl7EaPkhp0humYCl7mef2pYZA)

## ANEXO NÚMERO UNO. CUADRO DE OBSERVACIÓN GENERAL.

### CATEGORÍA DATOS GENERALES

#### INDICADOR: INFORMACION PERSONAL

#### OBSERVABLE: INFORMACIÓN COMPARTIDA

<p>Fecha de Nacimiento Sexo Creencias Religiosas Celular Dirección Facebook (dirección) Sitios web Lugares en que viviste</p> <p>Otros nombres Relación Información sobre ti Acontecimiento Importantes Citas</p> <p>Música Libros Películas Formación académica Aptitudes profesionales Información sobre empleo</p>	<p>Los usuarios colocan a discreción la información que estiman conveniente. No todos colocan el año, pero si la fecha de nacimiento para que sean saludos en su cumpleaños. Lo mismo pasa con el dato de situación sentimental que no todos lo evidencian.</p> <p>Los filtros permiten que alguna información sea solicitada por los interesados al usuario directamente. En 20 ocasiones se pidió datos complementarios y en todos los casos fue respondido de manera positiva. Facebook muestra el porcentaje de información llenada de la información solicitada.</p> <p>La información permite la búsqueda de amigos por geolocalización, lugar de estudios, lugar de residencia o intereses. En lo revisado no es generalizado que los usuarios identifiquen su afiliación religiosa.</p> <p>Los usuarios pueden colocar información no real o usar seudónimos. Para la página de control se utilizó un seudónimo, pero el sistema después de tres años pidió un nombre.</p> <p>En lo observado la información es una vitrina que aumenta o disminuye la aceptación de nuevos amigos. Junto a la información se hace un rastreo de las fotos del usuario, la frecuencia con que publica, el tipo de mensajes y la actualización.</p>
---	--

#### OBSERVABLE: SITUACIÓN SENTIMENTAL.

Facebook permite hacer público el estado sentimental, por ejemplo, “en una relación con”.

Es muy frecuente colocar “soltera” o “soltero” y menos frecuente el “casado con”, no se observa la tendencia que las personas registren “divorciado” o “viudo”, exceptuando en los grupos de búsqueda de pareja.



De igual manera se crean o diseñan memes como el observado a la izquierda que colocan humor al tema del estado sentimental
Este meme hace referencia a una broma a un estado de vida religiosa. Se muestra un preconceito sobre el tema de la "monja" y parece no ser deseable.
<p>Al preguntar a usuarios de la red de por qué estaban solteros, se encontraron los siguientes grupos de respuestas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Una forma de anunciar disponibilidad para conseguir pareja.</li> <li>- Mostrar que una relación se ha terminado.</li> <li>- Castigar a una expareja con celos.</li> <li>- Ocultar el estar casado.</li> </ul> <p>Bromear como en la imagen de la izquierda y aún usar groserías.</p>
<p>El sistema posibilita que se muestren las fotos de dos perfiles y señalan que están en una relación. En lo observado en los perfiles femeninos se coloca más el tema de las relaciones que en los masculinos.</p> <p>Al preguntar en el inbox si eran felices en su relación algunos usuarios manifestaban que no. Algunos confesaron que tenían dos o más perfiles y manejan a conveniencia el estado sentimental.</p> <p>También resulto que un grupo de usuarios al preguntárseles por sus parejas se enojaron y cortaron la comunicación.</p> <p>Un hecho observable es que algunos usuarios que registraban casado (a) o en relación, publicaban fotos sensuales y reciben de amigos(as) comentarios como "hermosa", "bella" "mi amor". Esto parece contradictorio.</p>

## **OBSERVABLE: LOCALIZACIÓN.**

<p>Los usuarios suelen registrar sus viajes, desde el lugar de partida al de origen. En ocasiones registran si están en un aeropuerto y más si se encuentran en salas VIP. Se puede hacer seguimiento de las ciudades que visita el que publica y las fotos que registran la travesía. Se acompaña de frases "cumpliendo mis sueños", "Por fin lo logre", "Estaré fuera, pero volveré" "Esto es increíble". Se manifiestan también situaciones de tristeza si es un viaje dejando su lugar de residencia o familia.</p>
<p>Los usuarios pueden registrar los lugares donde se encuentran, usualmente se muestra la localización de hoteles, lugares turísticos, eventos o fiestas. En general no se ve el registro de asistencia a lugares religiosos. La geolocalización también ocasiona que se le presente al usuario propaganda de servicios y productos del lugar donde se encuentra.</p>

## **CATEGORÍA: INTERRELACIONES**

### **INDICADOR: SER AMIGOS.**

Los usuarios publican sus propios contenidos, de acuerdo a su personalidad, sus intereses, sus necesidades, sus gustos y se establece una red de personas cercanas a sus tendencias. Se pueden hacer listas para que no todos los “amigos” vean el mismo contenido. Es posible, de igual manera, organizar grupos de interés. Los espacios para compartir son los comentarios y las conversaciones privadas del chat de inbox. Cambiar las portadas, y publicar en otros muros si el usuario lo permite.

Se publica memes, estados, fotografías, videos, transmisiones en vivo, localizaciones y se pueden registrar likes, saludos, mensajes e invitaciones a ser amigos.

El sistema de Facebook muestra eventualmente estadísticas, si se quiere un seguimiento detallado, principalmente para las páginas empresariales se paga por un informe detallado de visitas e interacciones.

Para el control de contenido se pueden poner filtros en:

- Agregar Contenido a la biografía.
- Quien puede ver contenido.
- Quien puede ver lo que otros publican en tu biografía.
- Etiquetas.

Existe la falsa seguridad que los contenidos son de propiedad de los usuarios y, que se puede decir, publicar o etiquetar lo que se quiera. Por conversaciones con usuarios, sobre todo en los más jóvenes, parece que no hay conciencia de las consecuencias a futuro de lo publicado y de la forma como afecta la propia imagen personal. Aparecen posiciones desafiantes como la imagen de la izquierda y que traen como respuestas también insultos.

### **OBSERVABLE: NÚMERO DE AMIGOS**

El número de amigos cambia según la persona hasta un máximo de 5000. Se observa que las que menos tienen registran al círculo cercano de familiares y amigos de su contexto y se tiene un control de quienes son. A medida que aumenta se acepta a amigos de amigos o a personas extrañas. Para el perfil de control se inició con cero amigos y ahora ya se acerca a los 3.000. Entre más amigos o amigos en común los usuarios son más propensos a recibir las solicitudes. Sería muy difícil interactuar con todos los amigos por eso el sistema selecciona un grupo con los cuales se tiene más relación. Estos amigos en ocasiones son invitados a grupos o páginas comerciales.

Para algunos usuarios parece muy importante el número de amigos y esto se registra en el perfil. Por otra parte existe la posibilidad de tener “listas”, lo que posibilita interactuar con varios tipos de amigos a la vez.

En Facebook existen diferentes niveles de cercanía entre las personas de una lista.

Surge la pregunta sobre el tema de continuidad de fidelidad entre el mundo virtual y el de interacción personal. Aunque la imagen lo hace con ironía es una reflexión sobre el tipo de vínculos que se forman. En el caso particular de la muerte de un amigo de Facebook si no se registra como un “perfil conmemorativo” la lista de amigos no se da por enterada de su fallecimiento.

Se puede observar que un número alto de amigos no asegura que se represente en un número alto de “likes”; en ocasiones un perfil con pocos amigos tiene proporcionalmente más apoyo de su red entre sus amigos y familiares, que uno que esté constituido por desconocidos. Una forma de medir qué amigos están cercanos son los saludos o celebraciones en ocasiones especiales.

## OBSERVABLE: BÚSQUEDA DE AMIGOS

Respecto al tema de búsqueda de amigos en conversaciones con usuarios manifestaban que no se sentían queridos en su contexto y que en Facebook encontraron personas que los comprenden. Al existir tantas posibilidades de grupos se aumentan las posibilidades de encontrar personas de las mismas cosmovisiones, o a amigos con quienes sentirse complementado. Existe también el fenómeno de modificar el perfil para tener mayor aceptación.

La comunicación permanente con amigos crea lazos muy fuertes afectivos. En ocasiones se pasa más tiempo virtual con un amigo de Facebook en otra ciudad o país que con alguien del entorno cercano que se ve presencialmente. Este tiempo se aumenta cuando se hace uso de teléfonos celulares.

En la búsqueda de amigos las personas usan sus mejores fotos y en ocasiones son alteradas. Esto en particular cuando pertenece a un grupo de búsqueda de pareja. En otras las fotos muestran posiciones sensuales para ser más atractivas. La mayor parte de las fotos observadas son de rostro o medio cuerpo, siguen las de cuerpo completo y grupo en situaciones de playa o piscina. Un grupo más aparecen en compañía o con una mascota.

Un detalle destacable, es que en algunos adolescentes muy jóvenes se observa el uso de ropa, maquillaje o posiciones sensuales para aumentar el número de amigos. Además, se modifican los datos de biografía o aparecen confusos. Revisando la lista de amigos de estos perfiles se nota un alto número de adultos.

Las fotos para conseguir amigos, al igual que la imagen de la izquierda, muestran a hombres dentro o al lado de los carros, presentándose como alguien “interesante” y con recursos. En el caso de algunas mujeres prefieren la exposición de sus cuerpos o haciendo ejercicio. Otras imágenes comunes son en viajes.

Se observa, como en la imagen de la izquierda, que posiblemente se suplanta imágenes de menores de edad para atraer amigos a la página o un perfil. Estas fotos en ocasiones son tomadas de otros perfiles o puede que correspondan a bancos de fotografía de pornografía infantil. Estos perfiles tienen un número significativo de miembros.

La búsqueda de amigos tiene diferentes intereses, sean de compañía, de negocios, de diversión, románticas, de intereses conjuntos, de formar grupos, de apoyar campañas, de movilizaciones, de intereses académicos, de fortalecimiento de las redes familiares entre otros.

La búsqueda de amigos puede ser global y mientras más idiomas se hable y diversos intereses se tengan. Entonces las posibilidades de encontrar amigos aumenta. La globalización es una realidad diaria en Facebook.

Facebook ofrece eventualmente estadísticas de interacción. Llama la atención como el perfil de una joven observada tiene más de 400.000 reacciones a sus publicaciones, muchas de sus imágenes tiene poses sensuales. Al ir subiendo en número de reacciones aparece una preocupación por mantener ese nivel, esto se da principalmente en la participación en los grupos.

Una pregunta importante que aparece en Facebook es respecto a la identidad. No se puede fácilmente reconocer si el interlocutor es quien dice ser o si hace parte del círculo familiar o de amigos reconocidos. Esto expone al usuario a personas desconocidas con intereses también desconocidos y en ocasiones peligrosos.

La búsqueda de amigos no es únicamente asunto de "jóvenes", los adultos y adultos mayores buscan en las redes con quien compartir. Es la imagen de la izquierda el usuario, pone en evidencia su edad, es interesante ya que muchos intentan mostrarse con menos años.

Para algunos, según lo conversado con usuarios, es un muy importante lugar de relaciones de amistad significativas en su vida, particularmente para algunos que se definen a si mismos como tímidos. Sucede también que usuarios usan dos o más perfiles.

## **OBSERVABLE: ACEPTACIÓN DE AMIGOS**

El sistema de Facebook muestra los amigos y dependiendo del filtro se pueden ver toda la lista. Generalmente señala los amigos en común. También celebra los años de amistad entre miembros de las listas, si el usuario quiere puede hacerlo visible en su muro. Otra forma de mostrar los amigos son los videos conmemorativos en donde se muestran fotos con los amigos que se tiene más interrelación.

Una de las costumbres es la publicación en el muro de la persona que aceptó la amistad, esto si la persona permite publicaciones. Se realizó en el perfil de control, se publico agradecimientos y esto creo simpatía con los destinatarios del saludo y dio paso a conversaciones posteriores. Algunos agradecimientos se hacen en el inbox (chat privado).

Se identifica “amigo de Facebook”, “amistad en Facebook” como un tipo de amistad particular que supera las distancias y hace sentir cerca a quienes interactúan. En la imagen se muestra que hasta los bendice. En estudio de bibliografía se propone que en las próximas versiones de Facebook se utilicen avatars (personajes que representan en el mundo al usuario) esto muy posiblemente aumente la sensación de cercanía entre los sujetos que interactúan. Los usuarios reaccionan muy bien a los saludos de “bendiciones” y los devuelven igual, solo en una ocasión el destinatario reaccionó con displicencia afirmando ser ateo.

## **OBSERVABLE: ELIMINACIÓN DE AMIGOS**

El hecho de “eliminar” a un amigo de lista tiene diferentes razones., por una parte está la ruptura de una relación sea viRtual o presencial, una forma de manifestar descontento, la protección contra un “Troll” (personas agresivas), la eliminación por limpieza de una red, de forma agresiva cuando alguien hackea un perfil y ataca la lista de amigos, le envía mensajes falsos o elimina.

Aunque el sistema no informa que un usuario ha sido eliminado la persona al no recibir más notificaciones o al aparecer como vinculados como amigos se sabe que se dio esta acción. El eliminar puede ir acompañado de “bloquear” impidiendo al usuario hacer invitaciones o enviar mensajes.

En el perfil de control se realizaron cinco acciones de eliminación. Las reacciones fueron muy fuertes en palabras, en desconcierto y en reclamos en tres casos y en los otros dos no existió reacción.

Al preguntar entre usuarios que sentirían si alguien los eliminara, algunos respondían que depende de la persona que lo haga, que era como especie de “muerte” y que trae mucha tristeza. Al indagar si ellos habían eliminado, la respuesta en casi todos los interrogados fue que Sí. También se preguntó si había o los habían eliminado y luego nuevamente vuelto a aceptar, la mitad de los interrogados afirmaron que Sí. Esto muestra que las relaciones son dinámicas y que una lista va cambiando, de acuerdo a la interacción entre los usuarios.

Es interesante notar que cuando un usuario es eliminado algunos de sus amigos de la lista hacen presión o suplica para que la persona que lo hizo vuelva a aceptar a su amigo.

## **INDICADOR: RELACIÓN CON AMIGOS**

### **OBSERVABLE: AGRADECIMIENTOS**

Uno de los mensajes que se ven con frecuencia es agradecer a los amigos por su amistad, particularmente en fechas como navidad, año nuevo, celebración de cumpleaños, eventos especiales y día del amor y la amistad.

Dependiendo del grupo, el agradecimiento en sus imágenes o en sus mensajes toman características particulares, por ejemplo la imagen de la izquierda muestra ternura, en cambio en los grupos de búsqueda de pareja se usa lenguajes e imágenes sensuales.

Los agradecimientos se ponen también en los comentarios como respuesta **A** una participación. Otra forma es hacerlo privado por medio de un mensaje.

En perfiles confesionales los participantes intercambian con frecuencias saludos con mensajes religiosos, bendiciones, imágenes religiosas, textos como “oro por ustedes” “son una bendición” “agradezco al cielo por tu amistad”.

## **OBSERVABLE: COMPARTIR MOMENTOS FELICES.**

Las reuniones con los amigos por reencuentros, por eventos en los que participan, por terminación de un curso, por celebraciones privadas o públicas son una parte importante de los registros fotográficos que se comparten. Es interesante observar que las fotografías de eventos los participantes se muestran muy formales, pero en otras ocasiones se prefiere las selfies de grupo con gestos, sonrisas, muecas y posiciones graciosas.

Las fotografías de matrimonios son momentos muy especial para compartir por los usuarios, también se publican videos y últimamente se observa la transmisión de video en vivo. Algunos prefieren colocarlos como foto de perfil o de portada. Se cambia el estado por “casado(a)”. Frente a las fotos de la celebración los amigos y familiares hacen comentarios y en ocasiones comparten las fotos en sus propios muros.

Se observa también la nostalgia manifiesta por los usuarios cuando frente a un evento importante en su vida, se encuentran fuera de casa o ya sus familiares queridos han muerto, esto se manifiesta especialmente cuando está ausente la madre.

La foto de grupos de pares académicos o colegas de trabajo aparecen también con frecuencia en Facebook, de igual manera aquellas que registran la participación en eventos empresariales, académicos, culturales o deportivos. Las fotos de grupos en días de profesiones, “psicólogos”, “enfermeras” “educadores”, se suben al Facebook con mensajes de felicitaciones. Se aprovechan también estas fotos grupales para promocionar por ejemplo grupos musicales.

Los cumpleaños son una ocasión muy especial para el usuario, se registra en la página de biografía y es anunciada como notificación a los miembros de la lista de amigos. Generalmente el usuario recibe saludos públicos en publicaciones en el muro, como comentario a una foto o de manera privada como mensaje. Los comentarios son llenos de buenos deseos, de amabilidad, de agradecimientos y varios hacen referencia a Dios. Es también la oportunidad para “medir” qué amigos se reportan con el saludo. En el perfil de control se saludó a todos los amigos de la lista el día de su cumpleaños, la mayoría contestó el saludo con agradecimiento y creó un ambiente de confianza y cercanía.

Esta imagen fue un regalo de una amiga de la lista por ocasión de cumpleaños. Lo interesante es que la mezcla con una imagen religiosa. Estos detalles son muy agradecidos por los destinatarios como muestra de afecto. También se hacen estos montajes para celebrar nacimientos, animar a las personas en calamidades, dificultades o dar felicitaciones.

Los días de celebración de profesiones son ocasión para las felicitaciones. También se publican mensajes de humor temáticos por ejemplo sobre abogados, sobre enfermeras o de educadores.

### **OBSERVABLE: SOLIDARIDAD.**

Las tragedias, los atentados terroristas, los desastres naturales y otras situaciones de dolor internacional ocasionan reacciones en los muros y comentarios de los usuarios. El sistema ofrece unos filtros, por ejemplo, transparencias de banderas, para que el usuario cambie su foto de perfil. También apoyo a causaS, por ejemplo, la de LGTBI.

La imagen de la izquierda ofrece una lectura crítica de esta realidad. En lo observado de los atentados en Europa, varios usuarios cambiaban su perfil con banderas de los países afectados, pero frente a situaciones de atentados en Colombia o en países marginales parece existir indiferencia.

Existe también solidaridad por causas sociales, en particular las ecológicas, la de protección de los más vulnerables y el respeto por animales. También el apoyo a huelgas o reclamo de justicia.

### **OBSERVABLE: COMPARTIR LAS TRISTEZAS.**

Las situaciones de tristeza se comparten también en Facebook, quedan registrados en el estado como "esta triste" o similares. En caso de muerte de un ser querido algunos colocan una cintilla negra. También se puede manifestar esta situación en la publicación de mensaje, en videos o en fotos que muestran la situación. En ocasiones no solo son situaciones personales sino de otras personas que se comparten en el muro.

En cuanto a imágenes como la de la izquierda, se hacen virales (compartidas muchas veces) en las redes, pero no es claro cuál es su origen o el contexto de la situación. En ocasiones parece existir para algunos casos un morbo por el dolor de los otros.

Las imágenes de la izquierda son conmovedoras y registran a padres que murieron. Estas imágenes serán un legado para los hijos y una forma que sus familias los recuerden. Facebook ofrece la posibilidad de perfiles conmemorativos que mantienen la publicación de fotos de seres queridos.

La muerte de un amigo impacta a su red y comienzan sus miembros a publicar unas fotos de homenaje, y mensajes. Es de anotar que son amigos presenciales, en las observaciones no se constató que existan homenajes a "amigos de facebook". Aunque no se dió el caso, en la red Se pueden observar mensajes que anuncian un suicidio, en otros casos reportados por medios de comunicación quien atenta contra su vida en ocasiones va dejando rastros en sus publicaciones. Cambio en el tipo de publicaciones o en el estado pueden ser una señal de alerta.

En la red se registran algunas imágenes acerca de situaciones de salud de los usuarios o sus familiares. En ocasiones se hacen para pedir oraciones por su bienestar. También circulan imágenes de un antes o un después de una enfermedad de un famoso.

Es particularmente impactante en su círculo de amigos, cuando un usuario de Facebook publica que su mamá o su abuela han muerto. Esto provoca una respuesta emotiva de los amigos y manifestaciones de pesar. Se nota mucha tristeza en las publicaciones y más cuando el usuario publica fotos de su ser querido.

Se encuentran oraciones a Dios por la salud de los enfermos de cáncer. Aparecen otras similares por otro tipo de enfermedades. En ocasiones estas oraciones son solicitadas por un familiar cercano, por ejemplo, se muestra la foto de los hijos en el hospital.

La imagen de la izquierda se observa compartida en los muros como una forma de manifestar el aporte de la interacción de Facebook al acompañamiento mutuo entre los usuarios.

En el perfil de Facebook de estudio se comparten frecuentes mensajes de esperanza, de entusiasmo, de ánimo y de amor. Esto trae una reacción muy positiva en los amigos y los amigos de los amigos, pues las publicaciones son a la vez replicadas en sus muros. Al sentir confianza por la constancia de los mensajes compartidos los usuarios se acercan para pedir consejo, a buscar ayuda, a consultar sus dificultades y pedir asesoría. Para lograr esta incidencia se requiere constancia, estar atentos a responder con prontitud, ser constante en la publicación y mantener siempre ética en el acompañamiento.

## **INDICADOR: FAMILIA**

### **OBSERVABLE: IMPORTANCIA DE LA FAMILIA.**

La familia es un valor expuesto en Facebook; se publican fotos de momentos cotidianos, interactuando en encuentros, fiestas, visitas, paseos, aniversarios, matrimonios, bautizos entre otros. Para algunos la red está limitada a su familia y de esto da cuenta el número de amigos. También se forman perfiles o grupos cerrados de familias. En los comentarios se registran reacciones a las fotos identificando como “mi niña” “mi hijita”. “querido primo” “abuelita” “mamita”. Un aspecto destacable es que a partir de Facebook se contactan familiares que no se conocen personalmente o que están en otro lugar.

Al igual que la imagen de la izquierda se forman perfiles dedicadas al tema de la familia desde el acompañamiento espiritual y en valores. Se forman a nivel local o nacional. Se publican mensajes para promover la unidad, de fidelidad, de protección de la finalidad, mensajes pro-vida y oraciones.



**OBSERVABLE: AMOR A LOS HIJOS.**

Es más frecuente ver fotos de mujeres con sus hijos que hombres en la misma situación. Las fotos de recién nacidos llegan incluso al momento mismo del parto, alguna fotos incluso registran las ecografías previas. Las fotos de bebe van acompañadas de frases de afecto a los cuales responden los amigos con felicitaciones y bendiciones. Las fotos de niños y niñas registran momentos de la vida familiar, logros en el colegio, actividades deportivas o culturales, paseo.

Generalmente aparecen con sus padres pero en ocasiones están solos, esto plantea la pregunta si no se afecta la intimidad de los menores de edad. Llama la atención que algunos hijos imitan las posiciones sensuales de sus progenitores.

Las madres también mandan saludos, bendiciones y buenos deseos a sus hijos mayores y sus nietos.

Los usuarios hacen montajes para destacar los logros de sus hijos, con mensajes **DE** ánimo, muestras de afecto y valoración de sus cualidades. En algunos perfiles es posible hacer un seguimiento de los principales momentos de la vida de los hijos, que seguramente serán un legado para cuando ellos sean mayores. Son difuso **S** los límites entre la intimidad doméstica y lo expuesto en público.

En las fotos y mensajes públicos se saludan también a los hermanos, tías y abuelos. Se nota un especial afecto en los mensajes por los primos. En el caso de los padres (hombres) los mensajes son de agradecimiento y cariño.

Es de notar los mensajes de aprecio a los familiares en otros países.

Las relaciones que se van formando de amistad en Facebook llegan a grados muy profundos de cercanía. Al consultar en inbox a usuarios sobre si lograron amigos verdaderos en Facebook se encontraron respuestas como “no solo amigos sino hermanos”, “son una verdadera familia” “los quiero mucho” “es lo mejor que ha pasado” “no podría vivir sin ellos” “los siento más cerca que mi familia”

**CATEGORÍA: VISIBILIDAD****OBSERVABLE: NÚMERO DE LIKES**

El “me gusta” (like) es la forma **DE** aprobación de los usuarios sobre una foto, un comentario, una publicación o un video. No existe la opción de “no me gusta”. Recientemente se han incorporado las posibilidades de “me encanta”, “me divierte”, “me enoja”, “me asombra”, “me entristece”, esto da posibilidad de una mayor expresión de emociones. Aquí como en las otras redes sociales se ve la importancia de uso de emoticones (figuras expresivas).

Parece existir una presión sobre el número de likes recibidos, estos dependen del número de amigos, de la fidelización a los mismos, de lo atractivo de la publicación, de lo diferente de las fotos,

de la variedad de los eventos compartidos y de la frecuencia, de la clase de interacción planteada. Esta situación crea tensión permanente de mostrar el perfil como “una vitrina” y esta compete con otras en su misma red. Aquellos con más popularidad tienen más posibilidades de aceptación.

No solo se busca que el usuario dé likes sino que comporta el contenido en su propio muro.

Para ganar mayor número de Likes algunos prefieren, ser parte de un grupo o crear su propia página en Facebook. Las páginas luego de un número de usuarios, la empresa Facebook lo identifica como un influenciador y reconoce económicamente.

Se observa usuarios que publican cada uno de los momentos de su vida, aun sin importar si tienen likes o no. En ocasiones los usuarios, por obtener likes, inventan situaciones o viajes para recibir comentarios, modifican sus fotos, colocan comentarios para llamar la atención como “estoy mal” “estoy que muero” “estoy desolada”, y también se notan publicaciones con alto contenido sensual.

## **OBSERVABLE: SELFIES**

Las selfies representan una tendencia dentro de las fotos de Facebook y en otras redes sociales. También Facebook crea interrelación con imágenes que son compartidas en Instagram. Las selfies pueden ser de rostro, de medio cuerpo, de cuerpo entero en diferentes ángulos. Se usan también las fotos en grupos o con mascotas. En las fotografías parece interesar el destacar alguna característica física y ocultar otras que parecen en desventaja. En varias de las selfies observadas la persona asume posiciones sensuales, envía besos o se muestra insinuante.

Algunas de las selfies están tomadas en espejos de habitaciones o en espejos de baños y algunos usuarios esconden parte de su rostro. El exponerse parcialmente o con las luces de la cámara puede ser una forma de proteger la identidad en caso de ser compartida fuera del círculo de amigos. Las fotos ofrecen no solo información del usuario sino de su contexto, ejemplo tipos de casas, habitaciones o propiedades, esto puede ser una desventaja si el usuario está siendo observado por delincuentes. Se nota que algunas fotos están retocadas para borrar detalles o pixeladas para eliminar elementos del fondo. Las fotos que han tenido más likes generalmente se repiten en publicaciones de fechas posteriores. Facebook hace videos con las publicaciones y usuarios más frecuentes.

Otra forma de cubrir el rostro es con imágenes superpuestas. En ocasiones pueden ser fotos robadas de otros perfiles y puesta en perfiles de adultos.

Al revisar perfiles se encuentra fotos selfies de adolescentes muy jóvenes, incluso aparecen con sus uniformes de colegio, sus trajes de baño o ropa de dormir de corte infantil. Esto es una situación preocupante pues parecen estar expuestos al grooming (suplantación por parte de un adulto.) o ser ellos mismos un perfil falso. Al ver sus publicaciones llama la atención que algunos comentarios tienen insinuaciones sexuales. También se nota mensajes para sus parejas iguales de jóvenes en términos como “eres la razón de mi vida”, “sin tus besos me muero” “te extraño junto a mi” “tu me haces sentir como nadie”.

Las menores aceptan con más facilidad perfiles si tienen amigos en común y si además tienen un número considerable de amigos, que en ocasiones pasan de miles. Exponen no solo eventos de su vida sino de su entorno familiar. Se encuentran videos donde se exponen acciones cotidianas de la vida de los colegios.

Las selfies no solo son femeninas sino también los hombres adultos y los jóvenes se exponen en estas fotografías como la de la izquierda. En otros escenarios aparecen en Facebook personas que se definen a sí mismas como “trans”.

En lo observado la selfies de hombre prefieren el rostro o medio cuerpo Y algunos desnudos el torso.

El general las selfies son imágenes de la vida cotidiana, o poses rejaladas, sonrientes y con comentarios de “estoy bien” “me siento” feliz” “voy a lograr mis metas” “lo pasado pisado” “te amo mi vida” y también agradecen a Dios. Las primeras reacciones parecen ser de miembros de la familia y amigos presenciales cercanos. En el Facebook de estudio al colocar selfies las reacciones son muy positivas y más si se agrega un mensaje positivo. Parece que las fotos espontaneas son más apreciadas que aquellas artísticas o retocadas.

Al dar con frecuencia like a las fotos de un usuario, y hacer agradables comentarios a sus fotos de selfies, se crea un lazo de cercanía que puede llevar a una amistad más cercana, que se traduce en contactos a través de inbox.

Al crearse un vínculo hay cercanía y mutuos intercambios de likes.

En lo observado, llama la atención el perfil de la izquierda por la manifestación de amor propio y la superación de estereotipos. Aceptarse y respetarse como se es.

En otras fotos se intenta disimular la edad, o mostrarse feliz, o en situaciones de viajes o disfrutando en una fiesta. En ocasiones pueden ser máscaras y se detectan al hacer seguimientos a las publicaciones pues aparecen picos emocionales que pasan también por la frustración, el desconsuelo, la sensación de sentir soledad o el miedo al engaño.

Descubrir el detrás de las fotos de Facebook es un proceso de tiempo y de compromiso con la amistad que se establece.

Algunas selfies muestran únicamente alguna parte del cuerpo (ojos, piernas, pies, etc), o partes del rostro. Hay perfiles que nunca muestran un rostro completo o se quedan en imágenes imposibilitando su reconocimiento.

Una tendencia actual son las “Belfies” (“fotos de colas”).

Imágenes como las de la izquierda son lectura con humor de las situaciones que pasan en las selfies. El primer gesto se la llama pico de pato y es gesto hacer un beso que se volvió tendencia en las selfies. En la segunda imagen se cuestiona si existe una imagen “real” presencial y otra que se construye artificialmente en Facebook.

Al hacer citas con personas fuera de Facebook, algunas personas se descubrían diferentes de lo publicado sus perfiles.

## **OBSERVABLE: PARTICIPACIÓN DE ADULTOS MAYORES.**

En los perfiles se encuentran también usuarios adultos mayores, tanto mujeres como hombres. Interactúan principalmente con miembros de sus familias. Pertenecen también a grupos de interés en música, hobbies o búsqueda de amigos.

Es interesante notar la pertenencia a grupos de búsqueda de pareja donde interactúan con usuarios de otras edades. Aparecen exposición de fotos en situaciones de la vida cotidiana, paseos, actos culturales, vida familiar, también exposición de imágenes insinuantes sensualmente. Algunos perfiles utilizan las fotos de adultos mayores con mensajes sexuales.

Al enviarles solicitudes de amistad son más reservados y desconfiados de aceptar que lo que lo hacen los jóvenes. Se puede también hacer solicitudes a personas de otros países, en lo observado fueron usuarios de México y Argentina, los más dispuestos a interacción.

Las conversaciones inbox son una buena fuente de información, ahí se comparten los sentimientos que se tienen sobre las familias e hijos, se nota una preocupación por la soledad y de igual manera especulaciones sobre el futuro. Los usuarios son muy cariñosos en sus mensajes y comparten consejos. Algunos tantos expresan su miedo por la muerte o por la enfermedad.

Las amistades con adultos mayores en Facebook son muy enriquecedoras en conversaciones, compartir de recuerdos y solidaridad. Esto demuestra que existe un sector importante que puede atenderse y no solo los jóvenes.

## **OBSERVABLE: IMÁGENES BOCHORNOSAS O CRUELES**

Dentro de Facebook es posible encontrar imágenes que comparten los usuarios y que registran situaciones de crueldad. En las imágenes de la izquierda se muestra el maltrato y tortura de animales. Los comentarios de respuesta son insultos que incluso llegan a las amenazas. Se mueven muchas emociones entre ellas la rabia, el desconcierto, la lastima y hasta el deseo de venganza. La pregunta es cómo llegan este tipo de fotos a las redes, ya que al ser compartidas varias veces se pierde el origen.

Estas imágenes se publican con frecuencia en perfiles animalistas. Se registran campañas contra el maltrato, entre ellas las que se oponen a las carreras taurinas o peleas de perros.

Se encuentran fotos que registran fiestas o celebraciones, se puede rastrear el desarrollo de la rumba y las personas sin cuidado comienzan a publicar su consumo de licor (u otras sustancias) que terminan en borracheras. A veces no es publicación propia sino de las personas acompañantes. Ahora con la posibilidad de transmitir en vivo pueden registrarse en tiempo real situaciones que resultan bochornosas a causa del licor.

Al preguntar a usuarios si habían publicado o les habían publicado fotos tomando licor y/o borrachos, compartieron algunos que no les importaba mostrar que estaban en un bar o tomando en casa o con los amigos pero que se cuidaban que los tomaron alicorados. También es de molestia que “amigos” de la lista etiqueten sin permiso en estas situaciones vergonzosas.

Esta imagen de la izquierda parece inquietante ya que un menor se presenta con un arma en actitud amenazante. En algunos perfiles esta actitud es frecuente, y no se sabe si las armas son reales o son montaje. Es frecuente en miembros de las fuerzas armadas y policías que se expongan en fotos con sus armas de dotación e incluso la prestan a sus amigos y familiares para posar con ellas.

Además de las armas registran mensajes de intimidación. Esto aparece tanto en hombres como en mujeres.

Imágenes de accidentados, asesinados y otro tipo de fotos de ese mismo estilo son compartidas por algunos perfiles. En ocasiones los usuarios al ser testigos de tragedias toman fotos o videos y lo suben a su muro. Son imágenes realmente impresionantes y así mismo los comentarios sobre las mismas. Lleva a preguntar si existe un cierto morbo en compartir esas escenas.

Videos de situaciones de connotación sexual son compartidos en muros que pueden haber sido tomadas con un celular y subidos a la red. La primera imagen de la izquierda puede ser un montaje, pero aparecen otros videos de escenas reales en colegios, la segunda registra una despedida de soltero en que un adulto mayor participa.

El registro de fotos de sexting o videos de parejas pueden ser subidos a la red. Según lo encontrado en la bibliografía estas situaciones pueden ocasionar extorsión. En lo observado no se encontró esta situación.

## **OBSERVABLES: PARTICIPACIÓN EN GRUPOS.**

Según los intereses de los usuarios pueden crear o participar en grupos. Facebook ofrece alternativas según intereses, por ejemplo, cultura, diversión, búsqueda de amigos, deportes, espiritualidad etc. Dependiendo de los idiomas se amplía las posibilidades.

Se pueden crear grupos familiares, de amigos del trabajo o estudio, causas o gustos. De acuerdo a la privacidad pueden ser: Abiertos al que se puede adherir libremente y la información es pública, Grupos Privados a los cuales se accede con solicitud al administrador, la información **QUE** él pública, pero las publicaciones del muro solo son para los miembros, el tercer tipo son los Grupos Secretos que solo se accede por invitación, solo los miembros pueden ver el contenido.

Para observación se participó en 15 grupos diferentes con el propósito de observar sus dinámicas y fortalezas. Se concluye lo siguiente:

- El grupo depende de la habilidad del administrador de moderar el grupo.
- Usar un nombre llamativo.
- La interacción entre los participantes lo hace atractivo.
- Los contenidos coherentes con el propósito del grupo y actualizados.
- Es importante "gameimizar" (hacer juego) entre los participantes para que contesten preguntas, suban material, opinen sobre una situación, desafiarlos, invitar a que se conozcan entre los participantes o califiquen alguna acción.
- Hacer que los miembros inviten nuevos miembros.

**CATEGORÍA: PROBLEMAS COMPARTIDOS****INDICADOR: SITUACIONES CONFLICTIVAS****OBSERVABLE: ENFRENTAMIENTOS**

Al hacer pública la vida en Facebook está expuesta al ataque, a la burla o al sabotaje de los otros participantes. A pesar de los filtros es posible que personas extrañas hagan comentarios o publicaciones en el muro con insultos o insinuaciones incómodas.

En ocasiones los miembros de la propia red pueden volverse en contra por conflictos o rupturas. Lo anterior se observó al ver parejas que terminaban su relación y se atacan mutuamente en forma de indirectas o de insultos.

Al comentario de la imagen de la izquierda aparecen otros como “ si yo publicara los mensajes que me envían más de uno se queda sin novia” “puedo arruinar el san Valentín a unos cuantos”.

Se publican mensajes de insulto y amenazantes principalmente por razones de engaños amorosos. Se utilizan groserías y hasta se señala con nombre propio. Al igual que la imagen de la izquierda que usa la figura de una protagonista de una novela se utiliza también imágenes, como las del narcotraficante Pablo Escobar para manifestar comentarios de venganza.

El tema de la Paz en Colombia y el enfrentamiento político entre el expresidente Alvaro Uribe y el presidente Juan Manuel Santos, se llevó también a Facebook y se generó una polarización que llevó a insultos, a descalificaciones, a rupturas. Se observó un ambiente muy tenso y cualquier comentario era interpretado como ataque, algunas posiciones se radicalizaron en defensa de una posición que miraba al otro como enemigo.

En el Facebook de control al intentar mantener una posición de conciliación y de llamado a la unidad, se recibían insultos de ambas partes. Hay temas sensibles como política, religión y deportes que son muy propensos a divisiones.

Hay temas como política, religión y deportes que son muy sensibles a divisiones. Se observan perfiles personales dedicados por ejemplo a manifestar la fidelidad como hincha de un equipo, se coloca en el perfil y se acompaña fotos de. Se observa que el usuario sale con la camiseta de su preferencia y se anota los resultados de la jornada. Se pasa de animar al propio equipo a atacar al otro y sus hinchas, en el espacio de grupos se puede presenciar enfrentamientos, insultos y hasta retos de encontrarse.

**CATEGORÍA PROYECCIÓN.**

**INDICADOR: COMPROMISO SOCIAL.****OBSERVABLE: APOYO A CAUSAS SOCIALES.**

Se observa sensibilidad en Facebook por las causas sociales y se muestran solidaridad para compartir y manifestarse a favor. Los proyectos pueden ser ayudar en un desastre natural, ayudar cuando una persona está desaparecida, cuidar de los derechos de los animales, promover el cuidado del medio ambiente, manifestar rechazo por atentados terroristas, entre otras. La foto de la izquierda muestra el dolor causado por el abuso contra los niños y las niñas. Otros temas son la lucha contra la violencia de género o de algún tipo de discriminación.

En algunas páginas confesionales cristianas se observó imagen de solidaridad con los cristianos perseguidos por razones de su fe.

Campañas como búsqueda de mascotas es común dentro Facebook y logra buenos resultados. El investigador encontró una mascota perdida y se publicó en Facebook solicitando a los contactos compartir las fotos, lo mismo en páginas de animalistas y amigos de los perros, luego de dos semanas y al ser vista la publicación en otra ciudad fue posible que la mascota encontrar a sus dueños. De otra forma seguramente hubiese sido más difícil esta labor. Se contó con la colaboración y solidaridad de los contactos.

La imagen de la izquierda es una crítica a una solidaridad virtual frente a una solidaridad real presencial. Queda la pregunta de cómo se puede medir el impacto de las campañas en redes.

En ocasiones las campañas usan Facebook convocan a movilizaciones y las personas se encuentran en escenarios acordados.

**INDICADOR: NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS****OBSERVABLE: OFERTAS**

En la red se comparte información sobre empleo o convocatorias. Existen grupos especializados en ofertas de trabajo en un sector o en una área específica. Las páginas de exalumnos ofrecen este tipo de servicios.

Para la búsqueda de trabajo la red de Facebook parece brindar la posibilidad de contactar aquellas personas claves en las áreas que se requieren. Además, el perfil de Facebook es una buena "vitrina" para promocionarse, ya que ofrece una visión de lo que se es y se ha logrado.

Es igualmente útil la plataforma para la divulgación de eventos tanto en la promoción de propaganda como la programación de encuentros para invitar a los amigos. Algunas empresas hacen concurso entre sus clientes, esperando que esto mueva sus redes a dar like en algún producto o concursos de popularidad.

Se requiere comprobar que las convocatorias sean reales.

Facebook es un escenario para la venta de productos, servicios o promocionar la propia marca personal. Se promociona que las empresas o iniciativas de negocio no utilicen los perfiles personales, sino que utilicen las páginas empresariales de Facebook.

Por otra parte, Facebook ofrece los servicios pagos de propaganda, estadísticas y el posicionamiento de una marca o un producto. Los usuarios reciben propaganda general y otra especialidad que corresponde a la tendencia de gustos o al punto geolocalizable donde se encuentre.

El usuario por lo sondeado no lee o no comprende el alcance de las condiciones de uso entre las que se encuentra el acceso a información personal, archivos, fotos, lo que ofrece una valiosa base de datos utilizados por las empresas.

## **CATEGORÍA AMOR Y SEXUALIDAD.**

**INDICADOR: RELACIONES AFECTIVAS.**

**OBSERVABLE: EL AMOR.**

El amor en sus diferentes manifestaciones es uno de los ejes sobre los cuales giran varias de las conversaciones, publicaciones y fotos. Se manifiesta públicamente las parejas que forman, se comparten los compromisos de noviazgo o matrimonio. Se observan mensajes de parejas que se manifiestan amor a pesar de la distancia, los recuerdos de los momentos vividos (ya que Facebook ofrecen la posibilidad de volver a publicarlos como recuerdos), se colocan fotos sobre momentos y objetos románticos: cartas, poemas, rosas y videos de música de amor. Se publican mensajes en el muro de la pareja, se hacen dedicatorias y se comentan las fotos que se publican. Las publicaciones pueden hacerse con fondo de corazones.

**OBSERVABLE: BÚSQUEDA DEL AMOR.**



Facebook es un espacio donde suceden acciones, entre ellas las de enamorarse y buscar pareja. Según lo preguntado a usuarios creen que es posible enamorarse de un amig@ de Facebook y comentaron que algunos de sus amigos o familiares habían encontrado su amor en la red (este dato no se pudo comprobar).

En lo observado es interesante que personas que dicen tener una relación comparten contenidos, fotos y hacen comentarios insinuantes con otros participantes

Existen grupos temáticos en la búsqueda de pareja, donde se interactúa con usuarios de otras regiones del país o de otras nacionalidades, tienen títulos como “solteras y solteros de...” “buscando amigos y parejas” “atrevidos”, “amigos de 40, 50, 60”, dependiendo del perfil de los participantes son loS contenidos compartidos, que pueden ir de mensajes románticos hasta propuestas de intercambios de fotos o videos sexuales.

Frente a la publicación de contenidos sobre temas de amor, existe una buena reacción de los usuarios y puede llevar a conversaciones posteriores en inbox donde cuentan sus penas amorosas y sus decepciones.

La imagen de la izquierda es una declaración sobre encontrar el amor de la vida en Facebook. Queda la pregunta sobre qué pasa cuando ya se tiene una pareja estable y se comienza una “relación” virtual o cuando se tienen varias parejas “virtuales”. Al intentar indagar sobre estos aspectos los usuarios consultados evadían la respuesta o la contestaban superficialmente con apuntes de humor.

## OBSERVABLES: LA PAREJA

Cuando las parejas se establecen algunos cambian el estado “en una relación” o “a una relación con...”. Se colocan fotos de la pareja y se comparten en ambos perfiles de los involucrados, es posible que los amigos hagan comentarios de felicitaciones, deseándoles felicidad o permanencia. Se hacen montajes de pareja con marcos, te amos, caritas con corazones o citas de amor o agradecimiento.

Se puede hacer un seguimiento de una relación a partir de las fotos publicadas. Según lo observado en ocasiones luego de romper con una pareja se ocultan las fotos de la expareja o se cierra la cuenta.

Se ve más la publicación de fotos de pareja en jóvenes que en adultos.

Al observar se nota que algunos perfiles comparten imágenes de pareja sin referirse a sí mismos en particular. Al preguntar a los usuarios por que lo hacían, aparecía como una constante el compartir estas imágenes “porque les gusta”. Las imágenes son de parejas en situaciones afectuosas, de besos, tiernos muñecos, caricaturas, escenas de películas. Son recurrentes las lunas, los corazones, las flores, las bebidas. Otro tipo de imágenes son de parejas en posiciones eróticas.

En los grupos se observa que se hace preguntas, por ejemplo, “tendrías una relación con una persona menor” “te gustan las morenas” “la edad importa”.

## OBSERVABLE: AFICIONES E ÍDOLOS

El fútbol mueve pasiones dentro de la Facebook, los usuarios comparten sus preferencias por sus equipos y muestran su apoyo en los partidos. En ocasiones existe enfrentamiento en los comentarios o imágenes de burla con aquellos que pierden un encuentro.

Se colocan banderas, escudos, colores y jugadores destacados. Frase como “te amamos...”. En el caso de Colombia cuando juega la selección los usuarios se colocan la camiseta o un marco apoyando el equipo, a medida que se desarrolla los usuarios van colocando los goles, comentando las jugadas, insultando al árbitro y haciendo sus conjeturas técnicas.

En Colombia se destaca de igual manera el apoyo al ciclismo.

Los usuarios comparten sus aficiones y hobbies en Facebook. Se muestran por ejemplo los recorridos en bicicleta, la participación en carreras por causas sociales, las colecciones, la asistencia a conciertos, los grupos de danza, las fiestas temáticas, por paseos ecológicos, la pintura, la práctica del deporte aficionado, las prácticas de yoga, etc. Los usuarios encuentran personas afines y se forman grupos de interés. Los padres son muy propensos a publicar los logros de sus hijos y darles me gusta.

El tener fotos, generalmente Selfies, con los ídolos musicales, deportivos y personajes famosos son ocasión para subirlos al muro de los usuarios. Se muestran fotos en aeropuertos, en fiestas, en eventos y en grupos de fans. Estas fotos reciben muy buenos comentarios. En las observaciones, en Colombia se encontraron varias fotos de usuarios junto a políticos, en especial con el expresidente Alvaro Uribe.

## OBSERVABLE: MASCOTAS

Las mascotas son un tema recurrente entre los usuarios de Facebook, aparecen en fotos en los perfiles, existen grupos especializados de amantes de las mascotas. Se muestran espacios de la vida cotidiana, en fotos retocadas, junto a sus amos, como parte de las familias. Algunas mascotas se las viste y los usuarios utilizan frases como “bebe” “soy su mami” “mi lindo”. Los dueños los besan como se muestra en las fotos de la izquierda y los personalizan

Al compartir imágenes, principalmente de gatos, los usuarios reaccionan con comentarios de ternura, de reconocimiento de su belleza y de caritas felices.

Otro grupo representativo de usuarios se declara amante de los caballos. Se observa campañas de protección de los animales y rechazo a cualquier tipo de violencia contra los animales.

## INDICADOR: SEXUALIDAD.

**OBSERVABLE: SENSUALIDAD.**

Al hacer una revisión de perfiles, particularmente entre los jóvenes, se observa imagen con exposiciones y poses sensuales. Se exponen rostros, labios, senos, "cola", caderas, piernas, tatuajes y en ocasiones se entrevén partes íntimas. En ocasiones las fotos son en ropa interior en baños, sobre la cama o en el reflejo de un espejo. Las fotos son tomadas desde ángulos que permitan ver partes descubiertas del cuerpo.

Es de destacar que desde lo observado, llama la atención que adolescentes jóvenes, casi niñas, también asumen estas poses que se considerarían de adultos. Entre más sensual sea la foto tiene una mayor reacción de likes y de comentarios, muchos de los cuales son de coqueteo.

Fue posible constatar la existencia de fotos que son utilizados por un usuario pero que en realidad no corresponden al mismo.

En los grupos es más frecuente fotos de exposición sensual e incluso videos y transmisiones en vivo con exposición de cuerpo y en actos de provocación explícitos.

La imagen de la izquierda que describe con crítica una contradicción entre las publicaciones y las fotos compartidas, se encontró que para algunos perfiles no se aleja de la realidad e incluso acompañaNdo a imágenes de exposición sensual se colocaN frases cristianas.

**OBSERVABLE: EXPOSICION SEXUAL.**

En páginas de búsqueda de amigos en Facebook se encuentra con sorpresa imágenes de niñas y niños menores de edad en pijamas, ropa interior o vestidos de baño, a los cuales los adultos les hacen comentarios de contenido sexual. Esto plantea la preocupación de cuál es el control sobre la publicación de estas imágenes, aunque Facebook tiene la posibilidad de denunciar contenidos ofensivo o Spam, parece que los usuarios no lo hacen con la frecuencia requerida.

En la observación llama la atención, que aun siendo 13 años la edad mínima se observen imágenes que claramente corresponden a niñas y niños. Facebook ofrece la posibilidad de denunciar esta situación. Lo complejo parece ser cuando son los mismos padres los que permiten que sus hijos menores tengan perfiles de Facebook y mientan en los datos de inscripción, es también un descuido que no los acompañen.

Estas imágenes de jovencitas que aparecen en páginas de la izquierda son claramente una forma de exposición infantil o juvenil (¿pornografía infantil?). Las imágenes no se saben si fueron tomadas directamente por una red que abusa de menores, son fruto de sexting o se tomaron de perfiles de jóvenes que no tuvieron cuidado de sus publicaciones.

Es posible observar que padres publican imágenes de sus hijos, sin ser conscientes que pueden ser copiadas y utilizadas en estos perfiles de fácil acceso por búsqueda de palabras como “hot” “very hot” “nenas” “jovencitas” “teen” entre otras.

En el recorrido por los perfiles, grupos y páginas se encuentran adultos y adultos mayores que se exponen sexualmente, sea de manera individual, en parejas de diferentes géneros, con objetos e incluso siguiendo la compañía de animales. En los grupos de búsqueda de pareja se muestran con más frecuencia imágenes en ropa interior, acostada sugiriendo desnudez, con escotes pronunciados o con torsos desnudos.

En algunos grupos se desafía a los participantes a publicar fotos de si mismo, por ejemplo “guerra de senos” “guerra de colas” “tu foto más sensual” “que se vea la...”.

## **OBSERVABLE: SERVICIOS Y PRODUCTOS SEXUALES.**

En grupos y páginas, más que en perfiles personales, se encuentran ofertas de trabajo velado o explícito para trabajos sexuales. Se ofrece trabajo para “meseras” “masajistas”, “bares”, “casting publicitario”, “acompañante”, “Web Cam” “Modelos”, añade “buenos ingresos” y “discreción”. Se invita a comunicarse por inbox, seguir un contacto o llamar a celulares.

En otros se ofrecen masajes eróticos, sitios de servicios e incluso de fiestas swinger.

En perfiles personales, grupos y páginas de tiendas se ofrecen productos sexuales, tratamientos, lencería, disfraces, videos. Algunos ofrecen llevar los productos a domicilio. Las fotos que presenta son de juguetes y a las modelos que usan las prendas que se ofrecen a la venta.

## **OBSERVABLE: PORNOGRAFÍA.**

Es posible en perfiles personales, en páginas y en grupos encontrar ofertas de pornografía, sea por videos directamente colocados en el muro o por enlaces que remiten a otros sitios. En grupos se desafía a subir “videos XXX” que combinan videos “profesionales”, videos “amateur” y “caseros” y algunos parecen de menores de edad.

Es cuestionante como afirma el video superior izquierdo “se vale todo morocho”. Se podría sospechar que Facebook podría ser una puerta a una oferta más pesada de películas de este tipo de videos, ya que en los comentarios se invita a contactarse con inbox para intercambios. Es posible pensar que invitaciones a intercambios sexting terminen en las redes.

Unas conversaciones con expertos en delitos informáticos, comentan que adelantan investigaciones para capturar extorsionistas, grooning, pornografía infantil, y hasta redes de trata de personas. En ocasiones las autoridades crean perfiles falsos para capturar a los delincuentes.

**CATEGORÍA TEMAS TEOLÓGICOS.****INDICADOR: DIOS****OBSERVABLE: IMAGEN DE DIOS****OBSERVABLE: AGRADECIMIENTO**

En varios perfiles personales y de grupo se encuentran mensajes de agradecimiento a Dios. Entre otras razones por las cuales dar gracias se encuentran: gracias por la vida, por un nuevo día, por ser bueno, por escuchar las súplicas, por ser Padre, por los favores recibidos, por la familia, por los amigos, por el hogar y por pareja. Se unen al agradecimiento palabras como: alabado seas, la gloria sea para ti, bendito y maravilloso.

Los fondo de los imágenes son paisajes, corazones, manos levantadas, rayos de luz, horizontes, siluetas, el globo terráqueo o el océano.

**OBSERVABLE: CONFIANZA EN DIOS**

En imágenes y comentarios se encuentran también expresiones de confianza en Dios. Las frases son muy cercanas en actitud de hijo, de creyente, de seguidor o de cristiano. En ocasiones las manifestaciones de confianza son colectivas.

Luego de desastres naturales o de atentados aparecen mensajes de confianza en la ayuda de Dios para superar la situación. Al manifestar un usuario una dificultad o un estado de tristeza sus amigos le invitan a tener confianza en Dios.

**INDICADOR: JESÚS.****OBSERVABLE: DIFERENTES ROSTROS.**

La confianza y el amor a Jesús se manifiestan en diferentes perfiles personales, grupos y páginas. Se ve, con más frecuencia en perfiles manifiestamente confesionales. Las imágenes como las de la izquierda muestran a Jesús en actitud de acogida, de abrazos, de ternura, de miradas llamando al encuentro, de manos extendidas y de protección.


En ocasiones acompañan la imagen con frases de la Escritura o se le superpone palabras como: "ven a mí" "estoy contigo" "recuerda que te espero" "te amo".

Una de las imágenes que con frecuencia se encuentra en perfiles y páginas confesionales son imágenes de la película "la Pasión de Cristo". Imágenes muy crudas y son acompañadas de frases como: "yo sufrí por ti", "mi sangre lava tu pecado" "pagué el precio por ti". Estas imágenes se

encuentran más fácilmente en adultos y adultos mayores confesionalmente católicos. Los comentarios a estas imágenes son de manifestación de dolor, de llamado al arrepentimiento y sentirse conmovido por el sacrificio.

En usuarios confesionales o en grupos se publican la iconografía de tradiciones de catolicismo, por ejemplo, el Corazón de Jesús, el divino niño o imágenes de películas. Estas imágenes se envían también como Gifs (animados) en los muros y enviados a los inbox. Algunas imágenes son acompañadas por oraciones, suplicas o peticiones.

Llama la atención imágenes con contextos correspondientes al mundo de Facebook, donde por ejemplo se coloca: “dame like” “compártame en tu muro” “si no te avergüenzas de mí dale like y compartame”, “comenta amén”. Al observar las reacciones varios usuarios cumplen la indicación de la imagen.

Otra forma es pedirles a los usuarios, por ejemplo, que opinen que  quien ha sido Jesús en sus vidas o preguntarles si tienen algo que agradecerle o si lo aman. En ocasiones se envían cadenas invitando a compartirse entre los contactos.

Según lo observado aparecen algunos intentos de mostrar a Jesús como un “amigo” en Facebook hablando en primera persona a los usuarios.

## **OBSERVABLE: CONFIANZA.**

En perfiles personales, en grupos y páginas se pueden encontrar imágenes que manifiestan la confianza en Jesús. Algunas acerca de la salvación o redención de los pecados y otras sobre aspectos concretos de la vida como la salud, la protección, el trabajo, el cuidado de los hijos, la protección en los viajes, la provisión de recursos u otras necesidades.

El montaje de imágenes como el primero de la izquierda es común en la red para expresar la confianza en las acciones milagrosas. Se agregan mensajes pidiendo oración.

## **OBSERVABLE: IMAGEN JUVENIL.**

En los perfiles de grupos juveniles, asociaciones o movimientos confesionales se comparten imágenes de Jesús, muy juveniles con mensajes de esperanza, de compromiso, de servicio a los demás. Los rostros de Jesús los muestran sonriente y amable, aparecen caricaturas y también se comparte música. Se invita a los jóvenes que publiquen en sus muros.

Los mensajes sobre Jesús se adaptan o son producidas por jóvenes en un estilo diferente al tradicional. Están llenas de mensajes ingeniosos, se hacen graffities, son desafiantes, se privilegian las imágenes sobre el texto, se utilizan memes y se combinan idiomas.

Se pueden encontrar imágenes que compartir entre jóvenes de diferentes Iglesias sin barreras de denominaciones. El recurso al humor religioso es utilizado también en grupos. Los mismos jóvenes llaman a compartir y a ser evangelizadores.

En la observación de imágenes juveniles de Jesús se destacan los rostros de ternura de Jesús. Abrazando niños, enfermos, marginados y personas que reconocen sus pecados. Se agregan frases que invitan al encuentro con Jesús, a seguirlo y a obedecer su palabra. Frases en Imágenes de Jesús como “estoy contigo”, “recuerda que no te abandono” “regresa a mi” “te amo” muestran la cercanía que quieren transmitir quienes hacen los mensajes. Según lo observado, también se utiliza Cristo y Jesucristo, pero en menor frecuencia que Jesús, tal vez esto hace sentir mayor cercanía.

En el caso de juveniles se muestran imágenes de Jesús muy coloridos, se comparten materiales catequéticos e historietas de la Biblia. Teniendo en cuenta que Facebook tiene como límite 13 años, parece no ser una herramienta útil para la pastoral infantil.

## **INDICADOR: ESPÍRITU SANTO.**

### **OBSERVABLE: IMÁGENES DEL ESPIRITU SANTO**

En páginas personales y grupos se pueden encontrar imágenes del Espíritu Santo. Se conserva la imagen tradicional de la paloma pero se hacen adaptaciones para que se vea más atractiva y abstracta en su diseño. Se acompaña de invocaciones, de oraciones, de agradecimiento, de solicitud de sus dones y su iluminación. En lo observado, aparte de algunas oraciones en la red, no se menciona con frecuencia a la Trinidad.

En perfiles personales o de grupos carismáticos y pentecostales, aparecen con mayor frecuencia las imágenes alusivas al Espíritu Santo y sus dones. En estos grupos se invita a reuniones de encuentro y adoración. Se comparte música y se ofrecen testimonios. Se pide oración unos por otros y también sanación en el espíritu. Se suben fotos de las reuniones. Al hacer contacto con personas de estos grupos algunos comienzan a enviar materiales, a ofrecer oración y convocar.

## **INDICADOR: LA ESCRITURA.**

### **OBSERVABLE: CITACIONES.**

En las imágenes y publicaciones en Facebook se encuentran citas del Antiguo y Nuevo Testamento. A veces solo se cita y en otras se transcribe. Por la forma de citación (el uso de dos puntos) en su mayoría son elaboradas por Iglesias protestantes y Evangélicas. Se acompañan los textos con fotografías o montajes. Algunas veces se complementan con frases desafiantes o preguntas como en la primera imagen de la Izquierda. Se encontró en la observación que se confrontan citas bíblicas con situaciones actuales para demostrar evidencias del fin del mundo. Algunas citas son utilizadas contra la Iglesia Católica, por ejemplo “no digas padre...”.

Algunos líderes religiosos, parroquias o grupos pastorales comparten la Palabra diaria o semanalmente y además se agregan comentarios. En otros espacios se publican las homilias dominicales. Se pide a los miembros de la red que los compartan en sus muros.

En la imagen de la izquierda se encuentra un ejemplo de utilización de juegos, en este caso de selección de referencias bíblicas o trivias (datos curiosos) para hacer interesante el estudio de la Escritura. Al ver las reacciones como respuesta a estas preguntas podría ser una interesante estrategia aplicarla para otros contextos catequéticos.

Frente a las citas y uso que hacen las Iglesias no católicas, se notó que algunos usuarios preocupados por la manipulación que eventualmente pueda hacerse del texto publicaban imágenes como las expuestas en el lado izquierdo. Aunque no fue frecuente se observó confrontaciones a causa de la interpretación de textos.

## **INDICADOR: LA VIRGEN MARIA.**

### **OBSERVABLE: VENERACIÓN MARIANA.**

La Virgen María es un tema recurrente en grupos y páginas católicas. Aparecen también en fotos de perfil y portadas de personas confesionalmente católicas. En algunos perfiles se comparten varias advocaciones y en algunas se especializan en una como devotos, ejemplo virgen del Carmen, la Medalla Milagrosa, Guadalupe o Fátima. En lo observado prevalecen las imágenes tradicionales de la virgen en estampas, fotos de esculturas religiosas, fotos de películas y posters. Se acompañan de imágenes con mensajes de veneración, de respeto y de amor filial. Se le pide protección, bendición para las familias, intercepción para un favor o milagro, ayuda en momentos de desconsuelo o duelo. Se comparten oraciones para ser publicadas en los muros. Se invita a novenas y encuentros marianos. Algunas imágenes quieren mostrar un rostro contemporáneo dirigido a jóvenes y niños.

En algunos perfiles de confesión no católica se pueden encontrar velados o explícitos ataques a la veneración a la virgen María y algunos perfiles ateos se encuentran burlas que incluyen insultos.

Se encontró en la observación de los aspectos marianos la promoción del rezo del rosario, las novenas, jaculatorias, la invitación a peregrinaciones, la celebración de fiestas marianas, los encuentros con predicadores y los testimonios de mediación. Los comentarios y publicaciones muestran una cercanía y ternura con la Virgen, a quien llaman: "Madre" "Mamita" "Madrecida querida".

Se pudo observar conflictos de católicos defendiendo sus prácticas marianas, frente a lo que consideran ataques a su fe.

Se encuentran imágenes frecuentes en que se relaciona la virgen María y el Papa. Imágenes de Juan Pablo segundo y la virgen son las más comunes, pero van apareciendo imágenes con el Papa Francisco. Se encuentran frases como las que piden a la Virgen María bendiga al Pontífice. Se hace montajes con las dos imágenes como la de la izquierda.



**INDICADOR: LOS SANTOS.****OBSERVABLE: DEVOCIÓN A LOS SANTOS.**

Facebook es un espacio que permite la divulgación y honra a santos de la Iglesia Católica. Aparecen en grupos de devotos, de comunidades religiosas, de parroquias. Se destaca desde lo observado la figura de San José. Las devociones particulares se registran en los perfiles, portadas, publicaciones de fotos o bustos, registro de sus fiestas, novenas y oraciones de peticiones. Las comunidades religiosas hacen visibles sus fundadores. Se crean cadenas de oración

Se pueden encontrar imágenes con frases publicadas de santos, entre los más comunes está San Francisco, Santa Teresa, San Agustín, Santo Tomás, el Padre Pío y el Papa Juan Pablo II.

Una observación que llama la atención en el tema de los santos como protectores o benefactores. Incluso se invita a colocarlos en el muro a manera de barrera espiritual, como se puede ver en las imágenes de la izquierda. Sin embargo, esto deja la duda si se podría confundir con superstición o ser una expresión de la devoción popular.

Se mencionan también santos populares todavía no reconocidos o canonizados por la Iglesia Católica.

**INDICADOR: LOS ÁNGELES****OBSERVABLE: IMÁGENES SOBRE LOS ÁNGELES.**

Las imágenes de ángeles aparecen en diferentes perfiles como mediadores, protectores, como representantes de fuerzas celestes. Según lo observado se les manifiesta gran afecto, se los invoca para acompañar a las personas queridas, se comparte oraciones e invocaciones.

Se los representa en sus imágenes como seres llenos de luz y de belleza. Se encuentran imágenes tradicionales de la iconografía católica y otras más estilizadas y elaboradas.

Se mencionan nombres de Ángeles que no están descritos en la Escritura.

Algunos perfiles se definen a sí mismo<sup>S</sup> como angeológicos y ofrecen servicios espirituales, de comunicación, visualización, limpieza. Afirman ser mediadores de los ángeles y tienen un número representativo en sus redes de seguidores y usuarios.

Se descubren imágenes de ángeles encontradas en la exploración que en apariencia parecen más imágenes de elfos, personajes de video juegos, mezcla de personajes de diferentes culturas o animes. Al revisar los lugares en los que aparecen estas imágenes y los comentarios que suscitan es posible pensar que tienen una influencia de la nueva Era. Pareciera que los ángeles en si mismo<sup>S</sup> se convirtieron en objeto de culto.

**CATEGORÍA IGLESIA Y MISIÓN.****INDICADOR: IGLESIA****OBSERVABLE: SER CATÓLICO.**

En perfiles personales, grupales y páginas se encuentran manifestaciones explícitas de pertenencia a la Iglesia católica. Sus publicaciones, sus fotos, sus comentarios públicos y privados expresan su amor por la iglesia católica, sus representantes, sus celebraciones, sus sacramentos, su historia, sus santos, la Virgen, el Vaticano, El Papa, la doctrina y su defensa de ser convicción de haber sido fundada por Dios. Junto a la pertenencia a la Iglesia universal se encuentran manifestaciones de orgullo por pertenecer a su comunidad eclesial local.

El fervor por ser católico, en lo observado, no solo se identifica en adultos sino también en jóvenes, evidenciado en los contenidos que publican. Se encontró muestras de solidaridad con iglesias perseguidas en oriente. Se asume también una posición de “defensa de la fe” contra otros grupos confesionales.

En los perfiles recorridos se encuentran fotos de celebración de bautismo, matrimonios, confirmaciones y sepelios de rito católico. Los comentarios sobre esas fotos son de felicitación, de buenos deseos y de bendiciones. Revisando fotos de perfiles también es posible encontrar fotos de visitas a santuarios, de celebraciones litúrgicas, de fiestas patronales y oraciones.

Se encontró de igual forma propuestas eclesiales a favor de comunidades comprometidas con causas sociales.

Se observan parroquias que usan perfiles propios. Algunas de ellas son para publicar fotos de la parroquia, homilías e información de Eucaristía. Pero no se encontró en el grupo estudiado que se aproveche toda la potencialidad del Facebook en su capacidad de interacción, acompañamiento, formación y producción de contenidos.

**OBSERVABLE: DEFENSA DE LA FE CATÓLICA.**

En diferentes perfiles y páginas confesionales católicas se encuentran mensajes e imágenes que afirman la autenticidad y la originalidad en Dios de la fundación de la Iglesia. Defienden sus instituciones y califican a otras como incompletas o falsas. Llama a la unidad y a no dejarse influir por las falsas doctrinas, en general llaman a todas las denominaciones como las “protestante”, se critica, por ejemplo, como las imágenes de la izquierda, el enriquecimiento por medio de diezmos.

Por algunos mensajes encontrados parece que algunos sectores de Iglesia se sienten amenazados por situaciones contemporáneas, es el caso de la tecnología, los diálogos con otras religiones, laicismos, las comunidades LGTBI o el surgimiento de grupos extremistas religiosos.

En perfiles personales o grupos confesionales que envían mensajes a ser coherentes con la propias doctrinas y disciplinas. Esta situación de relativismo, de mezclas, sincretismos es observable en las publicaciones y opiniones publicadas. Las enseñanzas morales aparecen más en perfiles evangélicos que en los católicos.

### **OBSERVABLE: EL PAPA (FRANCISCO).**

El Papa Francisco aparece reiteradamente como tema en los perfiles, en los mensajes, en los grupos y en páginas con fotos, con mensajes, con frases célebres, con gestos y hasta con imágenes humorísticas. Se puede detectar como un fenómeno de redes sociales por la divulgación de su imagen. Según noticias se ha reunido con Mark Zuckerberg para adelantar campañas contra la pobreza y a favor de la niñez (ha usado Facebook live). Según lo consultado no tiene su página en Facebook (sí en Instagram y en Twitter) pero aparecen muchos perfiles a su nombre que recogen sus enseñanzas y discursos. Algunos de los mensajes que se le atribuyen en imágenes no tienen su autoría.

La imagen del Papa Francisco es muy atractiva por su cercanía con la gente, su sensibilidad social y sus opiniones sobre las realidades actuales. Se encontró imágenes del Papa incluso en perfiles no católicos. Es un ejemplo de presencia eclesial en redes sociales.

Las redes sociales son también un espacio de guerra y la religión puede ser un catalizador de emociones nefastas para el enfrentamiento. Al contrario de lo anterior las imágenes compartidas del Papa Francisco son de reconciliación, de perdón, de convivencia, de diálogo, de desarme y de fraternidad.

Al rastrear mensajes y comentarios también es posible encontrar mensajes de iglesias no católicas que atacan la figura del Papa, esto parece lo extraño, pero se observa de igual manera que al interior de algunos sectores de la Iglesia católica envían mensajes contra el Papa Francisco calificándolo de falso Papa, de falso profeta, de conspirador y de traidor, a lo cual se enfrentan imágenes que lo defienden.

La imagen de la izquierda, encontrada en internet, es una imagen muy representativa de la empatía entre el Papa Francisco y los jóvenes. Muestra su cercanía, el uso de su lenguaje y lo motivador de sus palabras y gestos.

### **OBSERVABLE: LLAMADOS A LA COHERENCIA DE VIDA.**

En Facebook aparecen imágenes, videos, fotos y comentarios de denuncias a incoherencia entre la fe y la fe como lo señalan las imágenes de la izquierda. Los usuarios hacen lecturas críticas a las acciones de sus líderes y de los miembros de la comunidad de fe. Las noticias nacionales e internacionales de asuntos religiosos son comentadas en los muros.

Entre los casos observados se encuentra la reacción de rechazo a la intervención de la fe en política, el ataque a las comunidades diversas o la indiferencia ante abuso de los niños y mujeres. Otro tema

que resaltan las publicaciones es la diferencia entre la riqueza de los líderes y la pobreza económica de los fieles.

La imagen de la izquierda dice denunciar la pérdida del sentido de solidaridad como generosidad. Imágenes como la anterior hace reflexionar sobre las motivaciones que llevan a los usuarios a exponer sus buenas obras en la red, a participar en campañas sociales, a rechazar públicamente hechos denunciados en medios, a cambiar su perfil para manifestar su solidaridad con causas de tragedias. Al preguntárseles en privado porque cambiaban la bandera de su perfil (en caso de atentados), algunos contestaban que porque otros también lo hacían, que era necesario rechazar esos actos o porque les parecía bien, indagar un sobre su comprensión de los hechos se evidenciada una comprensión superficial de lo sucedido.

La imagen de la izquierda es una invitación a la coherencia de vida aún dentro de las Facebook. Se observa en perfiles de cristianos confesionales que cuidan muchos de sus publicaciones y comentarios, lo mismo parece en perfiles de personas conversas recientemente. En la mayoría de los usuarios (católicos) parece que el tema religioso no es un filtro para decidir el tipo de publicaciones que se comparten, esto requería un estudio de más profundización.

## **OBSERVABLE: VIDA RELIGIOSA Y SACERDOTAL.**

Los perfiles de comunidades religiosas y diocesanas lo mismo las páginas, comentarios, grupos similares son utilizados para la promoción de campañas vocacionales. En estos espacios se muestran fotos de las comunidades y en particular de sus formandos en actividades litúrgicas, culturales, de acción social o en fotos de la vida cotidiana. Se muestran fotos de las obras. Se invita a ser parte de la comunidad con mensajes como “joven sigue a Cristo”, “Vive una vida Plena” “Dejando todo lo siguieron” “Dale plenitud a tu vida”. Se muestran imagen de Jesús o del Fundador de la comunidad con los brazos abiertos, indicando el camino, llamando a acercarse y se agregan testimonios de vida. Se dejan datos de contacto y se llama a participar en introducciones vocacionales.

Se establece comunicación con las comunidades buscando información y la mayoría responden que es necesario ponerse contacto con promotor presencial. Parece ser que los perfiles no son de acompañamiento en sí mismos sino una plataforma para remitir interesados. Esto requería un estudio posterior sobre impacto de resultados de la promoción vocacional en línea.

En cuanto a los perfiles de las comunidades se muestran fotos de la vida comunitaria y pastoral, celebración de cumpleaños o aniversarios religiosos, homenajes a consagrados que han muerto y comunicación sobre misión y obras abiertas. Dependiendo de la comunidad los contenidos son actualizados o se muestran interesantes, algunos de las fotos no tienen comentarios de los usuarios de su red. Llama la atención la actividad de contenidos, las solicitudes recibidas por oración y las reflexiones de las comunidades contemplativas, en particular las femeninas.

Una pregunta que puede plantearse es si en el futuro sería posible tener una vida religiosa mediada por internet.

Se encuentra en Facebook mensajes, particularmente en perfiles confesionales, invitando a orar por los sacerdotes y por las vocaciones. Se organizan de igual manera cadenas de oración con este propósito.

Otro tema de oración es por los cristianos perseguido por su fe en diferentes lugares del mundo, se acompañan de testimonios y fotos de asesinatos, templos destruidos o acciones de represión.

### **OBSERVABLE: ECUMENISMO.**

Se encontró en la observación páginas dedicadas al acercamiento ecuménico tanto de la Iglesia Católica Romana como de las Iglesias históricas de la Reforma. Algunos perfiles son temáticos dedicados a la justicia, la biblia, la defensa de los derechos humanos, las mujeres o el compromiso social. Se muestran fotos de eventos conjuntos, de reuniones, de foros y congresos temáticos, gestos de fraternidad y espacios de oración.

Existen espacios ecuménicos en Facebook donde no participa la Iglesia Católica. No se encontró en lo observado, perfiles diocesanos o parroquiales con este ministerio de unidad.

En perfiles de institutos u organizaciones eclesial o académicas dedicadas al diálogo se destacan las fotos del Papa Francisco en encuentro con líderes de otras Iglesias.

En el plano de lo interreligiosos se observan más perfiles con esta temática en Inglés, bajo los intereses de cooperación, de defensa de la libertad religiosa, oraciones conjuntas y algunas especializadas en ecología, niñez, mujeres o trabajo social. En estas redes no se observó participación oficial de la Iglesia católica. Algunos de estos perfiles corresponden a institutos académicos interesados en divulgar sus publicaciones y eventos.

Se encuentran también perfiles, grupos y páginas de otras religiones diferentes al cristianismo, algunas con intención proselitistas.

Es posible también encontrar mensajes y publicaciones, en perfiles de iglesias cristianas evangélicas y en algunos comentarios católicos en contra del ecumenismo. Se argumenta que es una estrategia de la Iglesia Católica para dominar a las Iglesias, se afirma que es un signo del apocalipsis o que se está renegando de la Fe.

Se miran con especial desconfianza los acercamientos a las iglesias y religiones que realizó el Papa Juan Pablo II y ahora el Papa Francisco.

### **OBSERVABLE: DESAFÍO DE LAS ESPIRITUALIDADES EMERGENTES.**

En la observación se encuentran sincretismos religiosos que mezclan elementos de espiritualidades antiguas con nuevas expresiones religiosas. Se nota el surgimiento de grupos que reclaman ser depositarios de secretos ancestrales de oriente o de occidente. Publican principalmente imágenes de la tradición mitológicas india, celta, griega, japonesa, china, judía y africana.

Algunos perfiles se declaran de la Nueva Era o sus corrientes. Ofrecen el servicio de sanación, de armonización de chacras, de liberación, potenciación de la sexualidad, luz, comunicación y elevación espiritual.

Se pueden observar la aparición de gurús, maestros, santeros, iniciados, angeólogos, numerólogos, diferentes mancias (lecturas) y expertos en trabajo con energías sutiles.

Es frecuente encontrar mensajes de prosperidad, que invitan a los usuarios sea en publicaciones o en inbox a compartir en sus muros o redes imágenes de “abundancia”, hacer oraciones o tomar curso o talleres. De este mismo estilo se encuentran cadenas invitando a compartir una imagen o un saludo de amistad, de amor, de salud, de protección en cadenas pidiendo se envíe a un número determinado de personas, a cambio se les dice que recibirán una sorpresa, o algo bueno pasará o una persona querida los llamara. Entre las imágenes que se comparten para la abundancia se encuentran los fajos de billetes, lluvia de monedas, signos de pesos u objetos de la suerte.

En la búsqueda de rastros de estas espiritualidades se encuentran imágenes que relacionan a los ángeles, a los santos y al mismo Jesús, con maestros ascendidos o espirituales. Se propone invocarlos, canalizarlos, hacerlos presente en la vida, comunicarse interiormente con ellos, aceptar su guía. Es llamativo que la iconografía de estas figuras, se parecen cada vez más a las imágenes de ficción de videos juegos o mangas japonés.

Otra de las tendencias observables es el uso de lenguaje, de imágenes y montajes con mensajes de pueblos indígenas de diferentes puntos geográficos del continente americano. Se llama a la convivencia con el medio ambiente, a rescatar la espiritualidad ancestral, a hacer resistencia a la dominación, a vivir una vida en armonía con los demás y expandir conciencia.

Es posible encontrar mensajes, imágenes, videos en perfiles, grupos o páginas de maestros espirituales de otras tradiciones en particular de oriente. Se encuentran montajes con mensajes contemporáneos, por ejemplo, de Saibaba, Khrishna Murti y Osho. De igual manera fraseS del Dalai Lama.

En un mismo muro se pueden encontrar mensajes de diferentes tradiciones y cosmovisiones, pareciera que antes que la fuente para el usuario es importante el contenido del escrito. Algunas frases parecieran no corresponder al autor que se les atribuye en algunos montajes.

## **CATEGORÍA HUMOR.**

**INDICADOR: HUMOR SOBRE FACEBOOK.****OBSERVABLE: LOS USUARIOS DE FACEBOOK.**

Los usuarios de Facebook tienen la capacidad de reírse y hacer humor sobre sí mismos y sus prácticas en la Red. Se encuentran no sólo imágenes o comentarios sobre Facebook sino sobre la cibercultura en general. Por ejemplo, en las imágenes de la izquierda se puede ver una comparación entre “otros tiempos” y el uso actual del uso de los celulares y su preocupación por estar conectados; en la segunda hace la pregunta si se llegará al extremo de estar conectados aún en la intimidad. Más que una situación jocosa o graciosa son piezas de reflexión sobre el presente y el futuro de internet.

Otra crítica interesante es al uso del lenguaje y el maltrato a la gramática, la semántica y la ortografía de un idioma.

Esta imagen encontrada en la red muestra en caricatura como Facebook (y en general las redes) se van convirtiendo en parte de las necesidades de la sociedad actual. Cada vez más existe presión para estar y permanecer en línea, ya no es solo cuestión de diversión sino que ha llegado a las esferas de lo público, de lo empresarial, de lo laboral y de los medios de comunicación. La pregunta que suscita es si también llegará con fuerza a la esfera de lo espiritual.

Las imágenes de la izquierda llaman a la coherencia y a la responsabilidad con los contenidos publicados. En ocasiones parece, como se consultó a algunos usuarios, que el criterio es “que me gusta” y “el muro es mío y yo veré lo que publico” o distanciarse del contenido publicado diciendo que representa su vida o su estado y que simplemente publica lo que le parece, en otras ocasiones se afirma que los mensajes no tienen un destinatario en particular y que si alguien se ofende es problema del lector. Facebook cuenta con un enlace para denunciar “contenido ofensivo o Spam” que puede llevar, si existen varias denuncias, a cerrar un perfil.

Otro asunto que parece complejo es el de etiquetar fotos a otros usuarios sin su consentimiento y aunque existen filtros para esta opción resulta que un sujeto ve que su imagen ha sido etiquetada en situaciones no agradables para ellos.

Frente a lo anterior aparece la pregunta en qué medida los usuarios son capaces de establecerse auto límites de censura tanto en contenidos como en establecer qué es privado y qué es público, esto se aplica también al contenido que sin consentimiento se hace de imágenes de menores de edad.

Otra pregunta tiene que ver con la conveniencia o no del uso de Facebook en horarios laborales o académicos (escolares), esto tiene que ver con los autolímites en cuanto a los espacios y número de horas empleadas en la red, además de la seguridad de los equipos.

**OBSERVABLE: LECTURA CRÍTICA A LA ADICCIÓN.**

La pregunta sobre si es Adicto a Facebook resultó ser una pregunta auto implicante al investigador, ya que al analizar los síntomas propuestos por la bibliografía especializada resultó concordar con varias de las situaciones de alerta como la cronofagia, la nomofobia, menos horas de sueño, la consulta frecuente de los contenidos, la publicación constante, la búsqueda no requerida de nuevos amigos, entre otros. Ante lo cual se debió tomar acciones correctivas.

Al preguntárseles a otros usuarios sobre el tiempo dedicado a Facebook el promedio podría llegar a dos horas y media sin contar la utilización que el usuario haga de otras redes como twitter o instagram.

**INDICADOR: HUMOR CRÍTICO SOCIAL.****OBSERVABLE: SITUACIONES POLITICAS Y SOCIALES.**

En Facebook, como espacio de la vida cotidiana, se presta tanto para publicar como para comentar sobre el acontecer político que acontece a nivel local, nacional o internacional. En general los comentarios y discusiones son muy acalorados y en ocasiones terminan en mutuos insultos. Existe un humor político de reflexión, pero también material que pasa a la burla y al ataque al que piensa diferente. En el caso de Colombia se notó una polarización y la radicalización de posiciones frente al proceso de Paz y la producción de materiales en pro y en contra de los acuerdos.

La mentalidad del “reportero es usted” es evidente en Facebook (y en otras redes sociales principalmente Twitter) donde al notar los usuarios una situación anómala, bochornosa, peligrosa, de incoherencia o de abuso, de inmediato se toma la evidencia y se pone en línea y en algunas oportunidades estos contenidos se vuelven virales (muchas veces multiplicados). También se encuentran montajes como los de la izquierda en el que se toman situaciones anteriores, algunas tomadas del mismo Facebook y se adaptan a nuevas situaciones de denuncia. Es necesario hacer notar que frente a temas coyunturales de inmediato surgen Memes o comentarios llenos creatividad e ingenio que rápidamente son compartidos entre los usuarios, suscitando reacciones y comentarios.

**CATEGORÍA CONTRAPOSICIÓN A LA RELIGIÓN.****INDICADOR: ATAQUES A LAS CREENCIAS.****OBSERVABLE: SARCASMO.**

Al observar contenidos de diferentes grupos y páginas es posible encontrar imágenes que ridiculizan las creencias religiosas, que atacan con comentarios ofensivos y colocan a las figuras religiosas en situaciones absurdas para los creyentes. Puede ser que el propósito sea crear polémica, descalificar a los fieles, desacralizar las iconografías tradicionales o simplemente hacer mofa. Teniendo en cuenta las creencias religiosas del investigador en muchas ocasiones se sintió chocado y molesto por estas imágenes y en más de una oportunidad estuvo tentado a enfrentar a quienes las publicaban pero era mejor tomar distancia para el análisis y concluir que en Facebook existen también estos escenarios que requieren ser abordados y evangelizados.



En la observación realizada se encontró perfiles, grupos y páginas de autodenominados ateos o nombres similares. En sus contenidos se encontró que gran parte del material compartido y comentado no está dedicado a explicar sus doctrinas o convicciones sino a atacar con caricaturas, fotos o montajes a los creyentes. Sin embargo se encuentran también algunas reflexiones que convendría analizar y que en última instancia tienen que ver con coherencia entre lo que se dice y se hace a nivel personal e institucional. Algunas de esas críticas también las utilizan unas iglesias contra otras por ejemplo el diezmo, la riqueza, la autonomía, la manipulación o el poder.

### **OBSERVABLE: PREJUICIOS.**

Un prejuicio recurrente en Facebook sobre la Iglesia Católica y en particular sobre sus sacerdotes es la pedofilia y la denuncia sobre la incoherencia en su vida sexual. A pesar de los esfuerzos eclesiales y en particular las acciones del Papa Francisco de denuncia y petición de perdón, se constata que todavía permanecen muchos prejuicios sobre la Iglesia.

Se puede entrever que este tema podría afectar o crear desconfianzas frente a ciberpastorales juveniles si no se asume seriamente una labor de evidenciar las acciones adelantadas por las autoridades jerárquicas.

Otro de los prejuicios, según lo observado en diferentes imágenes, es que la Iglesia católica es rica y poderosa. Por ejemplo, en algunas imágenes y comentarios emotivos piden que se venda todas las riquezas del Vaticano, o que el Papa no vaya a los países y el dinero invertido se dé a causas sociales. Otras de las tendencias observadas es la división que algunas imágenes o comentarios hacen sobre una Iglesia de pobre de Francisco frente a la Iglesia acomodada de otros jerarcas. Estos prejuicios tienen reacciones muy emotivas.

### **OBSERVABLE: BURLA.**

Se encuentran montajes que ridiculizan a las imágenes religiosas, en el caso de la imagen de la izquierda hace un montaje sobre la Virgen de Guadalupe. Estas situaciones invitan a reflexionar acerca de hasta donde llega la libertad de expresión y donde el respeto a las creencias de los demás. Se encontró también imágenes que hieren la sensibilidad religiosa y de esto dan cuenta las reacciones de los comentarios. Montajes que pasan a lo vulgar y agresivo, este es el caso de la segunda imagen de la izquierda que pone a la Virgen María a proponer actos sexuales. Queda la pregunta sobre qué reacción tomar frente a estas provocaciones, algunas reacciones lo hacían con la misma violencia, otros se limitaban a tomarlo como una broma, algunos no les importaba y no falta quien lo apoye con otras imágenes iguales o peores. Entrar al mundo de Facebook es también estar dispuesto a encontrarse con este tipo de realidades religiosas.

El ataque no es sólo contra el catolicismo, o en general el cristianismo, sino contra toda forma de creencia y en estas líneas aparecen también los ataques en imágenes y comentarios al Islam, tildándolos de terroristas o fanáticos.

## ANEXO DOS. APOYO A DIÁGNOSTICOS.

Otra forma de exponer este análisis es través de cuadros que permiten evaluar la debilidad o fortaleza de los indicadores considerados y a partir de los resultados tomar decisiones, teniendo en cuenta si un aspecto es subsanable o no.

INDICADOR	Muy débil	Débil	Aceptable	Fuerte	Muy Fuerte
Madurez de la Comunidad					
Capacidad para asumir retos					
Conocimiento de las redes					
Experiencia en redes					
Recurso de Talento					
Recurso de Equipos					
Recursos de Tiempo					
Conocimiento Ciberevangelización					

Así mismo es recomendable la aplicación de una matriz DOFA para un diagnóstico previo antes de iniciar una misión evangelizadora en las redes sociales. La matriz DOFA cuenta con los siguientes elementos<sup>261</sup>:

*Fortalezas:* son las capacidades especiales con que cuenta la organización y son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

<sup>261</sup> Matriz Foda. Acceso 20 de junio de 2016, <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

*Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la organización.*

*Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.*

*Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.*

Determinación del destinatario a quien se quiere llegar (Target).

Es importante determinar el Target, por ejemplo, si se va a llegar a jóvenes con procesos eclesiales, jóvenes sin acompañamiento previo, adultos mayores, padres de familia, miembros de una comunidad educativa, grupos étnicos particulares, proyectos ecuménicos, comunidades abiertas u otros grupos particulares.

La decisión de observar el contexto y hacerle un análisis para caracterizar los destinatarios es el resultado de un diagnóstico de necesidades (aprovechar los resultados obtenidos por el modelo de evangelización de la parroquia, por ejemplo lo obtenido en el CINE o el modelo de planeación prospectiva). Un diagnóstico importante es el determinar el acceso, la alfabetización digital o los hábitos de uso de las redes sociales de los destinatarios para definir la factibilidad de la pastoral ciberevangelizadora que se comienza.

### ANEXO TRES. RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE UN PERFIL

Algunas de las siguientes características pueden ser de utilidad<sup>262</sup>:

*-Capacidad para realizar juicios de valor de manera crítica acerca de la información que se obtenga en línea, que se iguale al “arte del pensamiento crítico”, la llave para “hacer valoraciones equilibradas que distingan entre el contenido y su presentación”.*

*-Destrezas de lectura y comprensión en un entorno de hipertexto dinámico y no secuencial.*

*-Destrezas de construcción del conocimiento; construir un “conjunto de información fiable” proveniente de diversas fuentes, con la “capacidad de recoger y evaluar tanto el hecho como la opinión, de ser posible sin sesgo”.*

*-Habilidades de búsqueda, esencialmente basadas en motores de búsqueda en Internet.*

*-Gestión del “flujo de multimedia, utilizando filtros y agentes; creación de una “estrategia personal de información”, con selección de fuentes y mecanismos de distribución.*

*-Concienciación acerca de la existencia de otras personas y una disponibilidad facilitada –a través de las redes– para contactar con ellas y debatir temas o pedir ayuda.*

---

<sup>262</sup> Begoña Gros, David Contreras, “La Alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas”, *Revista Iberoamericana de Educacion*, 42 (2006), 109.

*-Capacidad para comprender un problema y seguir un conjunto de pasos para resolver esa necesidad de información.*

*-Valoración de las herramientas del sistema como apoyo a los formatos tradicionales del contenido.*

*-Precaución al juzgar la validez y exhaustividad del material accesible a través de los enlaces de hipertexto. Indudablemente, la evolución que ha tenido el concepto de alfabetización digital está relacionada con las demandas de la sociedad informacional.*

-Es deseable que el candidato sea un **influenciador**, entendiéndose éste como un evangelizador con una opinión creíble y reconocida que tiene incidencia no únicamente en su red sino también en la sociedad y que puede apoyar en la formación de la opinión pública y la promoción de los valores.

El influenciador tiene las siguientes características<sup>263</sup>:

*-Conocedor del nicho. Sea una marca, producto, servicio o al destinatario; solo a través del tiempo, calidad de contenido y constancia logrará crear un perfil creíble y confiable.*

*-Ser blogger, columnista en periódicos digitales o simplemente armar un repositorio de información y compartirla.*

---

<sup>263</sup> Christine Suta. "¿Cómo convertirse en influenciadores en redes sociales". Acceso 10 febrero de 2016, <https://www.merca20.com/convertirse-en-influenciador-en-redes-sociales/>

*-Tener Habilidades interpersonales. Tener la capacidad de crear “una conexión” con las demás personas y desarrollar esa relación.*

*-Habilidades de Comunicación. Usa palabras y frases que convengan a la gente a tomar una acción particular, que desencadenen reacciones emocionales.*

Para el perfil del liderazgo dentro del CMC se requieren de habilidades blandas<sup>264</sup>, que puedeN ayudararse a desarrollar por ejemplo en los grupos pastorales de las parroquias. A continuación se citan 14 habilidades<sup>265</sup>, muy útiles para el manejo del público de las redes sociales y su ciberevangelización:

**Ética.** Normas, valores y principios que regulen el correcto actuar de la persona a lo largo de su vida y carrera profesional.

**Responsabilidad.** Es decir, responder a las exigencias del puesto, en los tiempos y formas establecidas.

---

<sup>264</sup> Las personas transcurren la gran parte del día en sus trabajos, donde se enfrentan frecuentemente a diversos tipos de problemáticas, en este escenario los inconvenientes abundan. Por eso, las habilidades blandas han adquirido gran importancia y valor en el mundo de los negocios, ya que sirven para resolver inconvenientes y enfrentar de manera correcta la jornada laboral. Las habilidades blandas o Soft Skills son todos los atributos o capacidades que le permiten a una persona desempeñarse en su trabajo de manera efectiva. Estas habilidades apuntan al lado emocional, interpersonal y a cómo se desenvuelve el personal en una empresa. En este plano entran temáticas como: trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión efectiva del tiempo, gestión del cambio, manejo del stress, liderazgo, comunicación efectiva, entre otros. **CONFIEP Perú, “La importancia de las habilidades blandas en las empresas” A 12 de diciembre de 2016,**<https://connectamericas.com/es/content/la-importancia-de-las-habilidades-blandas-en-las-empresas>

<sup>265</sup> MBA & Educación Educativa. “Las 17 habilidades blandas más solicitadas para cargos TIC en Chile”. Acceso 20 de Abril 2015, <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/las-17-habilidades-blandas-mas-solicitadas-para-cargos-tic-en-chile-0>.

Empatía. Ponerse en el lugar de los demás y ser solidario.

Sociabilidad. Poder relacionarse con cualquier persona de la organización en la que se trabaja y con distintos públicos fuera de ella. Compartir dentro y fuera de la empresa y capacidad para crear contactos o redes en el tiempo.

Facilidad de Comunicación. Tener la habilidad de dar a conocer las ideas, inquietudes, problemas y puntos de vista de una manera que sea entendida por todos.

Escucha activa. Consiste en captar lo esencial de cada mensaje recibido, gracias a que el oyente presta la atención adecuada y entrega su feedback o retroalimentación. Es clave, por ejemplo, para la resolución de conflictos.

Trabajo en equipo. Capacidad para entender que uno forma parte de algo mayor que es la organización y que en la medida que los esfuerzos de los distintos actores se conjugan existe una mayor probabilidad de éxito en el logro de los objetivos que se han planteado como grupo.

Adaptación al cambio. Saber que se vive en un mundo dinámico y en permanente evolución, lo que obliga a ser flexible para adecuarse a las nuevas circunstancias y los cambios de escenarios que tienen lugar.

Creatividad. Capacidad para buscar nuevas propuestas que sean originales y que rompan, de algún modo, el esquema o modelo establecido con un fuerte acento en la innovación.

Capacidad para resolver problemas. Desarrollar soluciones que ayuden a superar las dificultades que se presenten y en donde todos saquen experiencias y se beneficien en materia de aprendizaje.

Optimización del tiempo. Manejar este recurso cada vez más escaso de una manera eficiente, con miras a alcanzar los objetivos planteados.

Actitud Positiva. Tener una visión que se enfoque en la parte llena del vaso y no en la vacía, para generar movimiento y avanzar en la ruta que se ha definido.

Espíritu de servicio. El servicio juega un papel muy importante, tanto interno como externo.

Seguridad personal. Confianza que pueda tener una persona en su actuar.

Tolerancia a la presión. Soportar las situaciones que son estresantes o muy demandantes demuestran un gran control por parte de una persona, pues deja en claro su habilidad para sortear situaciones complejas y no perder el foco en lo importante.



Asertividad. Capacidad para dar a conocer una opinión en el momento y en la forma adecuada.

Respeto a las opiniones. Tolerar los puntos de vista diferentes es una habilidad muy bien mirada en un mundo globalizado y en donde cada persona tiene derecho a pensar diferente.

#### **ANEXO CUARTO. CUADRO DE OBSERVACIÓN.**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ASPECTOS OBSERVABLES</b>
<b>DATOS GENERALES</b>	Información Personal	Información compartida en el perfil Situación Sentimental Localización
<b>INTERRELACIONES</b>	Ser Amigos	Motivación para Compartir Número de Amigos Tipos de Amigos
	Relación con Amigos	Característica de la relación
	Familia	Importancia de Familia Mensajes de Familia
<b>PROBLEMAS EXPUESTOS</b>	Problemas compartidos	Problemas detectados
<b>PROYECCIÓN</b>	Compromiso Social	Causas Sociales

<b>AMOR SEXUALIDAD</b>	Y Relaciones Afectivas	Amor Afectos
<b>TEMAS TEOLÓGICOS</b>	Dios	Imagen Relación
	Jesús	Diferentes rostros Relación
	Espíritu Santo	Imágenes del Espíritu Santo
	La Escritura	Citaciones
	La Virgen María	Devoción Mariana
<b>ECLESIALIDAD</b>	Iglesia	Relación con la Iglesia Cercanía Prejuicios

## ANEXO CINCO. RECOMENDACIONES PARA LA ETAPA DE POSICIONAMIENTO.

### **-Recomendaciones para una página de perfil.**

La página de Perfil en Facebook es lo primero que miran los amigos (usuarios), y, dependiendo lo atractivo que sea, la información compartida, las fotos expuestas, el número de miembros de la red y los grupos referenciados se lo agregará y/o seguirá<sup>266</sup>; se recomienda lo siguiente:

-Página de Perfil es el punto de partida para una presencia en Facebook. El perfil es básicamente una página de inicio que se diseña para que los amigos se identifiquen con ciertas partes de la personalidad del administrador el perfil.

-Se puede aprovechar la información personal y laboral, fotos y aplicaciones para dar a conocer su discurso.

-La transparencia como cultura, aquella que devalúa e ignora lo no autentico es algo inherente a Facebook.

-Crear tráfico conectando colegas, asociados, y amigos en Facebook. Lo anterior tiene éxito si se logra, el engagement (El enganchamiento)<sup>267</sup>.

---

<sup>266</sup> Justin Smith, "La biblia del mercadeo en Facebook", trad por Alberto Castitllo, inside Facebook, Acceso 12 de Marzo de 2017, <https://sistemasinfojave.wikispaces.com/file/view/La+Biblia+del+Mercadeo+en+Facebook+al+010209.pdf>

<sup>267</sup> Softwarecriollo, "¿Qué es el engagement?". Acceso mayo 2016, <https://engagement.softwarecriollo.com/>

### **-Recomendaciones para conversación efectiva en facebook**

Las siguientes recomendaciones adaptadas del marketing digital<sup>268</sup>, ayudan a que el perfil del ciberevangelizador se posicione y que sea más efectiva la comunicación con los destinatarios en la red.

-Mantener la conversación activa. Participar en la discusión, atendiendo a los “amigos”, eso permite y promueve que las personas den sus puntos de vista, ideas o perspectivas.

-No cerrar la discusión o la conversación de manera abrupta, buscar que fluya en forma positiva y enriquecedora. Las redes sociales son una continua conversación con la gente que interactúa.

-Mostrar interés. Buscar involucrarse con los “amigos” tal como se estaría haciendo en persona. Mostrar interés en sus comentarios, interactuar de una forma educada, honesta y directa.

-Recordar que se está tratando con personas. Una comunicación casual, un tono relajado y un pequeño toque de personalidad puede ser un buen camino para conectar con la audiencia quienes finalmente son seres humanos detrás de las cuentas de social media.

---

<sup>268</sup> Christine Suta. “¿Cómo convertirse en influenciadores en redes sociales”? Acceso 10 febrero de 2016, <https://www.merca20.com/convertirse-en-influenciador-en-redes-sociales/>

-Ser diplomático. Algunas personas tienen la tendencia a decir online lo que nunca dirían cara a cara. No decir ni colocar nada que podría ser embarazoso. Practicar la amabilidad respetando las opiniones y comentarios de los demás.

-Compartir información valiosa. Proveer información que a la gente le sea útil.

### **-Recomendaciones para una estrategia de marca.**

Desde la aparición de la web 2.0, los usuarios son más activos, participando y retroalimentando dichas páginas, es por ello que se deben tener en cuenta los siguientes aspectos basados en las recomendaciones de posicionamiento de una marca en red social<sup>269</sup>:

-Tener claridad en la estrategia que se va a utilizar: estableciendo objetivos que sean claros y alcanzables y definiendo los destinatarios al cual se va a orientar el contenido. Esta estrategia en principio tiene que ser socializable, ésto quiere decir que se debe poder compartir, comentar y referir, además de aprovechar la opción “like” de Facebook.

-Entender la forma en la que los usuarios utilizan Facebook: se debe actualizar constantemente la página, creando publicaciones que sean interesantes y que llamen la atención, además de responder las publicaciones o comentarios que realizan los usuarios, de modo que éstos no se sientan excluidos.

---

<sup>269</sup> Basada en Maria Alejandra Galvis Rizo, “Estrategia para crear posicionamiento de marca y ventaja competitiva a través de Facebook” (tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, 2013), 23-24.

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10563/GalvisRizoMariaAlejandra2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

-Promocionar otras páginas: si la comunidad parroquial, diócesis o comunidad religiosa ya posee página web, direccionarla desde las redes sociales.

El resultado de esta etapa es una evaluación de los resultados, un plan de mejoramiento de la acción a partir de las recomendaciones y un renovado compromiso por seguir avanzando con amor y ternura como espacios de acogida y de vivencia de la fe. Para no perder el horizonte del posicionamiento, conviene recordar las siguientes ideas fuerza:

-El ser humano es un ser relacional por naturaleza.

-Las redes familiares, amigos y conocidos afectan las cosmovisiones, formas de pensar, de actuar, gustos, creencias, decisiones de cada individuo, y a la vez cada uno de los usuarios de la red afecta la red.

-La red se amplía en la medida que se incluyen nuevas relaciones y se hacen permanentes en el círculo de influencia.

-Las personas dependen de sus redes para sobrevivir y satisfacer sus necesidades.

-Las redes digitales potencian las relaciones y visibilizan los contactos de nuestro entorno.

-En sí mismas las redes no son buenas o malas, sino que dependen de las intenciones de mente y corazón de cada uno de los usuarios.

-Las redes sociales basan su éxito en el deseo de las personas de establecer relaciones con sus semejantes, en círculos progresivos.

-Las redes sociales se basan en el intercambio de material fotográfico, imágenes, comentarios, participaciones, pertenencia a grupos, consulta de gustos y la posibilidad de administrar su propio sitio.

-Es importante elegir la red social que más se adapte a la propia personalidad.

-Es prioritario conservar las reglas de seguridad siendo la principal de ellas la prudencia.

-Seleccionar y cuidar la información que se llevará a la red y ayudar a otros miembros a cuidarse a sí mismos. Respetar siempre la netiqueta.

-Ser auténtico: Actuar en la red siempre igual que en la vida cotidiana.

-Denunciar ante el sistema siempre los delitos tecnológicos.

-Cultivar la virtud del pudor y de la intimidad.

-Ante los ataques no dejarse llevar a la violencia. Ser ecuánime frente a los halagos como a los insultos ya que ambas situaciones tienden a exagerarse.

-Ser disciplinado y cuidar del tiempo. Estar atento de los síntomas de adicción.

-Aportar siempre lo mejor de cada usuario a la red.

-Tener cuidado de no caer en la tentación de medir el éxito en la red, con el número de seguidores o amigos sino por la calidad de los mismos.