

# Una prelatura misionera en Internet



por P. Antonio Diufaín Mora

Delegado episcopal para los MCS

Prelatura de Moyobamba (Perú)

[dircom@prelaturademoyobamba.com](mailto:dircom@prelaturademoyobamba.com)

La Prelatura de Moyobamba –cuya atención misionera, desde hace siete años, está encomendada por la Santa Sede a la Archidiócesis de Toledo (España)– está situada en el nordeste del Perú, en una zona llamada ceja de selva, entre la cordillera de los Andes y la selva amazónica peruana. La población es de unos 720.000 habitantes (451.000 menores de 29 años) y comprende nueve de las diez provincias de la Región San Martín. El territorio correspondiente a la Prelatura tiene una superficie de más de 45.000 Km<sup>2</sup> y comprende más de 2.000 comunidades rurales. Somos 46 sacerdotes, entre misioneros y autóctonos, diocesanos y religiosos. Evidentemente, no llegamos. Contamos con un canal de televisión de alcance local y estamos poniendo en marcha una emisora de radio en onda media para tratar de alcanzar todo el territorio de la Prelatura.

En el mes de mayo de 2009, hace ahora dos años y medio, comenzamos nuestra presencia en Internet [<http://prelaturademoyobamba.com>]. Desde el principio nos propusimos que la nuestra no fuera una presencia estática, tipo tablón de anuncios, sino una presencia viva, dinámica, misionera, que aportase contenidos, respondiera preguntas y ofreciera noticias tanto del ámbito de la Prelatura, cuanto de la Iglesia universal, y fuera un cauce de comunicación multidireccional aprovechando todos los recursos de la web 2.0.

Para lograr nuestro objetivo comenzamos con un **blog institucional** en *WordPress.com*. La elección del formato “blog” en lugar del típico de “página web” la hicimos pensando en la versatilidad del modelo. El blog permite una viveza, agilidad e interactividad que no puede tener una web tradicional, y a la vez permite usar prácticamente todos los recursos propios de una página web estática. Económicamente es mucho más barato un blog que una web y puede ir desde un coste cero, hasta donde uno quiera o pueda, según las características que vaya añadiendo a su blog. Adquiriendo un nombre propio para el dominio, eliminando la publicidad y añadiendo un poco de espacio adicional para archivos multimedia y vídeos, nos viene saliendo por unos cien dólares americanos al año (ya digo que podría ser gratis si quitamos los añadidos). Otras ventajas adicionales son que para iniciar y mantener el blog no se necesita ser ningún experto en informática y que uno casi se puede olvidar de todo lo referente a seguridad, virus, *spam*, etc. Con una conexión de red normal, sin necesidad de una gran velocidad, se puede alimentar y mantener la página.

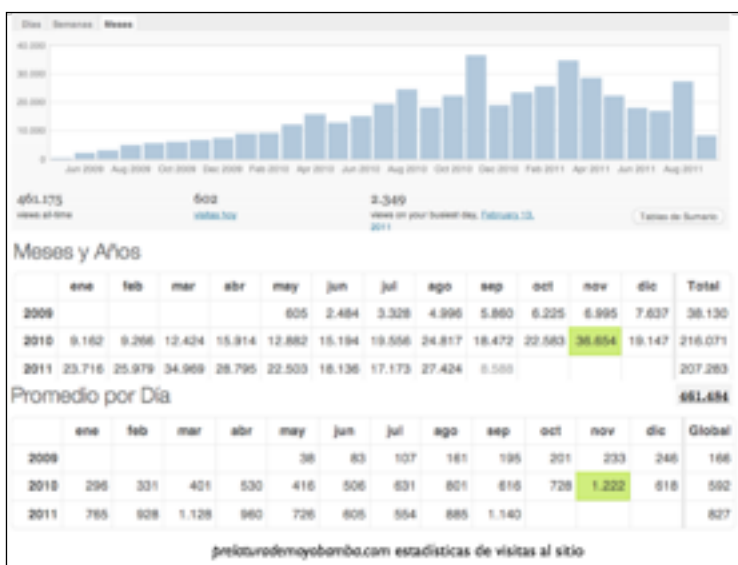


En nuestro blog, prestamos atención a tres elementos estructurales y a tres tipos de contenidos, fundamentalmente. Los **elementos estructurales** que procuramos cuidar son la página principal, las columnas laterales y las pestañas fijas. Los **contenidos** que intentamos potenciar son las noticias, la información institucional y los servicios. Normalmente las noticias van en la página principal, la información institucional en las pestañas y los servicios en las columnas, digo normalmente porque hay excepciones.

La **página principal** o frontal, la primera que nos encontramos al entrar en el blog, procuramos actualizarla diariamente. Está claro que si cada vez que visitamos un blog nos encontramos algo nuevo, esto nos induce a seguir visitándolo. En cambio, cuando entramos en un blog o página web que no se actualiza con frecuencia, pronto dejamos de visitarla. Aquí hay un peligro, y es dejarnos llevar por la angustia de encontrar algo que colgar para que no se nos estanque el blog. En los primeros días, semanas, e incluso meses de iniciar el blog, no se suele dar este problema, nos sobran cosas que de-

cir y colgar en Internet. El problema viene cuando, pasada la novedad inicial hay que mantener viva la página y se nos agota el material. Tratando de evitar tanto la angustia del “qué pongo” como el peligro del estancamiento hemos puesto en práctica una pequeña estrategia: Las noticias las ponemos en cuanto ocurren (acontecimientos diocesanos o parroquiales, celebraciones especiales, ordenaciones de presbíteros, eventos, sucesos, artículos de interés, etc...), y cada uno o dos días ponemos un elemento periódico fijo. Los lunes, ponemos el Ángelus del Papa (texto y video) [<http://wp.me/pwEO8-C0>]; los martes colgamos una “videocatequesis” sobre las lecturas litúrgicas del siguiente domingo [<http://goo.gl/zNyMw>]; los miércoles *posteamos* la Catequesis del Papa en la Audiencia general (texto y video) [<http://wp.me/pwEO8-19a>]; los viernes colgamos un post con el Evangelio del Domingo (video, *comic*, texto, comentario del obispo prelado) [<http://goo.gl/l62oC>]. Así, prácticamente cada día, se actualiza nuestro blog y evitamos la angustia del “qué pongo”.

Las **pestañas** las usamos para organizar la información institucional: el obispo, documentos, cartas pastorales, historia, directorio, organismos e instituciones diocesanas, Seminario, etc. También tenemos una pestaña con distintos “recursos”: calendario litúrgico, material catequético, videos, audios, especiales dedicados a las visitas apostólicas del Papa (Fátima, Inglaterra, JMJ...). La información alojada en estas pestañas suelen tener un carácter más duradero que las noticias de la primera página y se actualizan con menor frecuencia, pues ofrecen una información que no suele ser cambiante.



En las **columnas laterales** ofrecemos algunas informaciones, servicios y enlaces útiles. En la columna derecha, recursos para la oración, liturgia, comentarios bíblicos diarios...; blog páginas recomendados y enlaces de utilidad. La columna izquierda la dedicamos a los enlaces a redes sociales y a los RSS de noticias (*News.va*, *Zenit*, *ACI*, *CatInfor*, etc).

Desde el comienzo **enlazamos** los nuevos *post* con nuestros perfiles en las redes sociales **Facebook** [<http://goo.gl/1fket>], [<http://goo.gl/rEOqF>] y **Twitter** [<http://goo.gl/pl9Cc>]. También abrimos cuenta en **Formspring.me** [<http://goo.gl/asPcr>] con el fin de facilitar una vía para preguntas y respuestas que pudiera ser anónima, y un canal en **YouTube** [<http://goo.gl/JR6bT>].

Ahora no sólo llegamos o otras parte del Perú, sino que recibimos visitas de México, Colombia, España, Argentina, Estados Unidos... Estamos contentos con los resultados y queremos seguir mejorando. La presencia en Internet se convierte en una posibilidad de traspasar los límites geográficos de nuestra Prelatura.

Sería muy interesante conocer las **estadísticas** de visitas a otras páginas institucionales de la Iglesia en Internet (Diócesis, Conferencias Episcopales, Dicasterios romanos...). Esto nos permitiría hacernos una idea de la incidencia de nuestra presencia en el nuevo areópago de la Red y nos daría pistas para mejorarla.