

Un testimonio
de la vida real

La
reconstrucción
de una
parroquia

Motivar al que está cerca

Llegar al que está lejos

Hacer que la Iglesia cuente

Michael White y Tom Corcoran
Prólogo del Cardenal Timothy M. Dolan



One Liguori Drive ▼ Liguori, MO 63057-9999

Imprimi Potest:
Harry Grile, CSsR
Provincial de la Provincia de Denver
Los Redentoristas

Publicado por Libros Liguori
Liguori, MO 63057-9999
Para hacer pedidos llame al 800-325-9521.
www.librosliguori.org

Copyright © 2014 Libros Liguori

Cataloging-in-Publication data is on file with the library of Congress

Derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación se puede reproducir, almacenar en ningún sistema ni transmitir por ningún medio—electrónico, mecánico, fotocopia, grabación ni ningún otro—sin el permiso previo por escrito de Libros Liguori.

p ISBN: 978-0-7648-2509-5

e ISBN: 978-0-7648-6954-9

Biblia de Jerusalén Latinoamericana 1999. Desclée De Brouwer, S.A., Bilbao, España
Los textos tomados de los distintos documentos vaticanos fueron empleado con permiso.

Copyright Libreria Editrice Vaticana
(© Libreria Editrice Vaticana)

Las citas Libros Liguori, una corporación sin fines de lucro, es un apostolado de los Padres y Hermanos Redentoristas. Para más información, visite Redemptorists.com.

Impreso en Estados Unidos de América

18 17 16 15 14 / 5 4 3 2 1

Primera edición

ÍNDICE



Prólogo	xiii
Prefacio	xv
Introducción: un estacionamiento adecuado	1
Primera parte: identificar el problema.....	13
1. La Iglesia no es sencilla.....	15
2. Fariseos de corazón	25
Segunda parte: encontrar un camino para avanzar.....	35
3. La gente perdida en <i>el mundo de la Iglesia</i>	37
4. Guerra en el cielo.....	51
5. Iglesias bonitas y otras mentiras	69
Tercera parte: desarrollar una estrategia	87
6. “¡Es el domingo!”	89
7. Involucra a la siguiente generación.....	119
8. Haz que el mensaje cuente	135
9. Construye desde abajo	159
10. No robes a Dios.....	181
11. Lleva a la parroquia más allá de las bancas.....	201
12. Sean restauradores.....	219
13. Enamórense	239
14. Dirige donde tú sirves.....	259
15. ¡Tú puedes hacerlo!	273
Apéndice A.	
Un ejemplo detallado de cómo cambiar nuestra cultura	281
Apéndice B.	
Algunas cosas (de las muchas) que todavía no sabemos.....	289
Apéndice C.	
Las claves del cambio: misión, visión y estrategia.....	297
Notas	303

Primera parte:

IDENTIFICAR EL PROBLEMA

1

LA IGLESIA NO ES SENCILLA

Una realidad compleja...

CONCILIO VATICANO II¹

• Cinco años! Durante cinco años invertimos muchísimo tiempo y un océano de energías en lo que pensábamos que eran nuestras mejores ideas para la parroquia. Y era imposible seguir así. Pero eso no importó, porque tampoco consiguió nada. Nos sentíamos exhaustos y sobrecargados; sentíamos que habíamos trabajado demasiado y que no se nos reconocía; nos sentíamos tristes y apenados al ver que todos nuestros esfuerzos no estaban funcionando. Y entonces nos sentimos avergonzados por estar tristes y apenados por nosotros mismos.

¿En qué nos equivocamos?

En muchas cosas. Aquí están las diez más importantes:

1. **Pensamos que si hacíamos más y mejor, la gente crecería automáticamente en su madurez y compromiso.**

Nos equivocamos: no lo hicieron. Agotamos todas las posibilidades de la venta de la religión al menudeo. Ante una cultura espantosamente consumista, del “yo primero”, tomamos a consumidores que solo estaban buscando un buen estacionamiento y los convertimos en hambrientos súper consumidores que ahora estaban exigiendo su cena.

2. **Creímos que si hacíamos más y mejor, la gente automáticamente daría más (dinero).**

Nos equivocamos: subestimamos lo difícil que iba a ser elevar su nivel de generosidad; no entendimos lo encerrada que estaba la gente en su falta de servicio y que preferían permanecer ignorantes de lo que cuesta mantener una iglesia. Seguimos siendo inestables financieramente.

3. **Creímos que la gente automáticamente se involucraría y ayudaría si hacíamos más y mejor,**

Nos equivocamos: no teníamos ni la más lejana idea de que los que asistían a la parroquia estaba muy a gusto ahí y solo esperaba recibir (eran, a fin de cuentas, consumidores exigentes).

4. **Veíamos a quienes seguían yendo a la iglesia (gente ya anciana) como a nuestros aliados naturales para cambiar las cosas.**

¡Vamos, ahí sí que nos equivocamos! Minusvaloramos su intransigencia ante el cambio. Cada vez que dábamos un paso, cambiábamos o intentábamos algo, era una fuente segura, a veces histérica, de quejas. Hubo un incidente famoso en nuestro primer verano que nunca olvidaremos. Pintamos el pasillo que está fuera de la oficina y después volvimos a colgar los cuadros que habían sido puestos ahí; fíjense, *los mismos cuadros*, solo que en diferente orden. Se originó una gran controversia organizada por un grupo de gente mayor. Hasta el obispo fue llamado en causa.

Nos sorprendió su enfado, especialmente con las generaciones más jóvenes, por no compartir su forma de ver la parroquia. En aquel momento no entendimos su profundo sentido de pertenencia independientemente de la razón por la que venía a la iglesia. No supimos darnos cuenta. La gente mayor ya era la primera generación de consumidores exigentes. Las generaciones anteriores habían visto el Catolicismo como un ejercicio para “llegar al cielo” por el cumplimiento de las “obligaciones” que la Iglesia les imponía. Nuestros consumidores de mayor edad seguían actuando bajo la mentalidad de la obligación, pero de acuerdo con su propia autoridad y punto de vista. De hecho, habían reducido la lista de sus obligaciones a un conjunto más sencillo de deberes e incluso *esperaban* que la parroquia se encargara de hacerles más fácil su cumplimiento.

5. **No nos dimos cuenta de lo lejos de la Iglesia que estaba la segunda y tercera generación de consumidores exigentes.**

Constatamos que no tienen problema en mantener una débil relación con una institución cuya estructura no les agrada y cuyas enseñanzas no aceptan o respetan. Toman lo que quieren e ignoran el resto².

A decir verdad, nuestros consumidores son específicos y coherentes en sus exigencias. Quieren la parroquia para sus hijos: sobre todo para el Bautismo, la Primera Comunión y un puesto en la procesión de Navidad; quieren a la parroquia como un adorno para su calendario familiar. Les gusta la vigilia de Navidad, el domingo de Pascua, quizás el día de la madre (dependiendo de a qué hora consiguieron reservas para el desayuno); quieren la Comunión cuando se les ocurre ir a Misa (independientemente de que estén o no “en comunión” con la iglesia). Quieren los edificios de la Iglesia como un telón de fondo para funerales y bodas; pero solo si la Iglesia es bonita (porque las bodas son un festejo obligado). Más allá de esto, la parroquia es una aburrida distracción.

Pero no tenían *lógica* nuestras “expectativas como proveedores”. Nuestro sistema implícitamente entendía que teníamos un “gancho” en sus vidas y que los obligamos a hacer todas esas cosas que no querían hacer: asistir regularmente, darnos dinero y llevar a sus hijos a la educación religiosa³. Nos pasábamos el tiempo creando nuevas reglas para hacer que el sistema funcionara, mientras ellos encontraban nuevas formas para evitar nuestras reglas y hacían que el sistema funcionara según sus necesidades. El resultado fue un cinismo mutuo al que una mentalidad consumista puede fácilmente abandonarse. Dallas Willard sostiene:

El consumidor cristiano es el que utiliza la gracia de Dios para el perdón y las ceremonias de la Iglesia, para las ocasiones especiales; pero no entrega su vida y sus pensamientos más íntimos, sus sentimientos e intenciones, a favor del Reino de los cielos. Tales cristianos no se transforman interiormente y no tienen intención de hacerlo⁴.

6. Más allá de este consumo básico, no entendíamos lo marginada que estaba la fe y la religión de la vida de nuestros “fieles”.

Ahora nos parece evidente que todo afecta a la participación en la parroquia: el buen clima, el mal clima, el partido en casa de los *Ravens*, un fin de semana de tres días, el desfile del día de San Patricio, el domingo del *Super Bowl*, las obras públicas, el *Rosh Hashbanah*, lo que quieran. Pero en la cultura de nuestro Baltimore suburbano la mayor distracción viene de las actividades deportivas de los niños, que se han convertido en una suerte de religión.

No nos dimos cuenta de ello. La Iglesia es lo último que se incluye en las listas de cosas por hacer, lo primero que cae. Lo “regular” son solo una o dos asistencias al mes. La Misa dominical escasea entre los “católicos practicantes” del norte de Baltimore. No

nos dimos cuenta de que la Iglesia está compitiendo con el tiempo de diversión y el dinero de la gente; y que cada vez más está en el equipo perdedor.

Intentamos “vender” la Iglesia como algo que no tiene un carácter comercial; sin embargo, sigue siendo un producto que compite por el segmento “disponible” del estilo de vida de las personas. Los medios de comunicación y los anuncios han llevado el consumismo a un campo en donde la Iglesia no puede competir. El conocido escritor Malcom Gladweel, describe así esta tendencia:

Nos encontramos rodeados de gente que quiere llamar nuestra atención... Este exceso de información se llama el problema de la “confusión”, y la confusión ha hecho cada vez más difícil hacer que se reciba un mensaje⁵.

Nuestra pequeña parroquia no tenía los recursos para competir. Estábamos usando un cuchillo en una batalla con armas de fuego.

7. A pesar de nuestros mejores esfuerzos, no estábamos llegando a los jóvenes estudiantes.

Los jóvenes que veíamos en la parroquia eran reticentes y no se comprometían. La Iglesia no era para ellos y ellos lo sabían. Culpábamos a los padres. Y cuando estos se involucraban de alguna forma en la educación de sus hijos, los padres nos culpaban a nosotros.

8. No nos dábamos cuenta de la profunda indiferencia hacia la fe que había crecido en los que nunca iban a la iglesia, la desconfianza ante nuestros esfuerzos por llegar a ellos y lo cínicos que podían ser a propósito de cualquier religión organizada.

Éramos completamente irrelevantes para sus vidas.

Tampoco sabíamos que hay gente en el norte de Baltimore que odia a la Iglesia Católica y, por ende, a nosotros. Miles de personas de nuestra comunidad pasaban en su coche enfrente de la iglesia todos los días y nunca, nunca, *nunca* pensaban darnos una oportunidad. Éramos completamente irrelevantes para sus vidas.

9. No estábamos mirando a Dios. No nos apoyábamos en su liderazgo. Y no estábamos tratando de ir a donde Él estaba dando sus bendiciones.

Simplemente seguimos aplicando con más fuerza los sistemas y procedimientos que siempre habían estado ahí, aunque ya no estuvieran funcionando.

10. Creímos que esto iba a ser algo sencillo.

Nos equivocamos: la Iglesia no es sencilla. A pesar de todo nuestro trabajo, la parroquia continuaba en un lento y seguro declive.

¿En qué nos equivocamos?

P. Michael: aquí están algunos de mis errores al dirigir la parroquia, inspirados en lo que dice el pastor Perry Noble en su blog.

Error #1. Controlar todo

¿Se supone que eso es lo que hace un pastor, verdad?

Error #2. Tratar de ser perfecto

Soy un perfeccionista y al hacer las cosas con perfeccionismo solo yo sé cómo se deben hacer, y todo depende de mí. Esto hace que todo vaya más lento y desanime a los demás.

Error #3. Gastar mucho tiempo en detalles

Perdido en los detalles, donde a mí me gusta estar, pierdo de vista a dónde voy y a dónde quiere Dios que vayamos.

MICHAEL WHITE Obtuvo el grado de bachiller en la Loyola University Maryland y postgrados en Sagrada Teología y Eclesiología en la Pontificia Universidad Gregoriana de Roma. Después de haber sido ordenado sacerdote en la Arquidiócesis de Baltimore, trabajó durante cinco años como secretario particular del Cardenal William Keeler, Arzobispo de esa sede. Durante ese tiempo, fue también el encargado de organizar la visita del Papa Juan Pablo II a Baltimore. Durante el tiempo que ha sido párroco de la Iglesia de la Natividad, la parroquia casi ha triplicado el número de fieles que acuden durante el fin de semana, pasando de 1,400 a más de 4,000. Ha crecido también el compromiso de los miembros de la parroquia con la misión de la Iglesia, cuya prueba más clara es el servicio que estos dan en los diversos ministerios y el incremento en las contribuciones de los fieles.

TOM CORCORAN obtuvo el grado de bachiller en la Loyola University Maryland y completó sus estudios de Teología en la Universidad franciscana de Steubenville. Ha trabajado pastoralmente en la Iglesia de la Natividad en diversas áreas, lo cual le ha proporcionado un amplio conocimiento del ministerio y liderazgo parroquial. Ha sido encargado del ministerio de jóvenes, coordinar del ministerio de niños y director de los grupos pequeños. Actualmente funge como asistente del párroco y es responsable de la creación de contenidos para el mensaje del fin de semana. Colocara en la planeación estratégica y promueve el desarrollo del equipo parroquial.