

□ Tiempo de lectura: 8 min.

*La comunicación involucra a distintas partes a las cuales que debemos considerar seriamente: en primer lugar, el **emisor** que codifica el **mensaje** eligiendo el **medio** a través del cual se transmite el mensaje del emisor al receptor. El **receptor**, por su parte, analiza el mensaje en su contexto y lo interpreta según la intención del emisor o de forma diferente. Por último, la **feedback** (retroalimentación) indica el grado de recepción del mensaje. Cualquier intento de comunicar a Cristo hoy en día comienza con la comprensión de la mentalidad de la generación joven de hoy. Este breve artículo se centrará en esta cuestión.*

Una generación es un grupo que puede identificarse por el año de nacimiento y por los acontecimientos significativos que moldearon su personalidad, sus valores, sus expectativas, sus cualidades de comportamiento y sus capacidades de motivación. Los sociólogos llaman a la generación de los nacidos entre 1943 y 1960 '**Baby Boomers**'. La **Generación X** comprende a los nacidos entre 1961 y 1979. Los **Milenials** (también llamados **Generación Y**) son los nacidos entre 1980 y 2000. La **Generación Z** incluye a los nacidos después del año 2000.

Los **emisores** son los pastores-educadores salesianos y animadores juveniles. Los **receptores** son los jóvenes y adultos jóvenes de hoy que son principalmente milenials y de la Generación Z. Por eso, esta presentación se centrará en tratar de entender su mentalidad para descubrir formas de comunicarles nuestro **mensaje**, Jesucristo. No podemos cerrar nuestros ojos a la realidad de la 'brecha digital', que refleja la enorme y creciente desigualdad social entre quienes tienen fácil acceso a Internet y quienes no lo tienen, especialmente muchos jóvenes. Entonces, una respuesta importante a este artículo es la comparación de lo que se presenta aquí con el contexto específico del lector.

LOS MILENIALS

Los milenials actuales tienen cerca entre 20 y 41 años. Aprendieron a utilizar la tecnología y se hicieron dependientes de ella a una edad más temprana que las generaciones anteriores. Los milenials más jóvenes no podrían ni siquiera imaginar la vida sin los smartphones e Internet. Pertenecen a una generación muy conectada a través de los medios sociales. Viven en una época en la que un mensaje puede llegar a innumerables personas y traspasar las barreras lingüísticas, culturales y geográficas. Esto ha creado en ellos el deseo de tener toda la información que

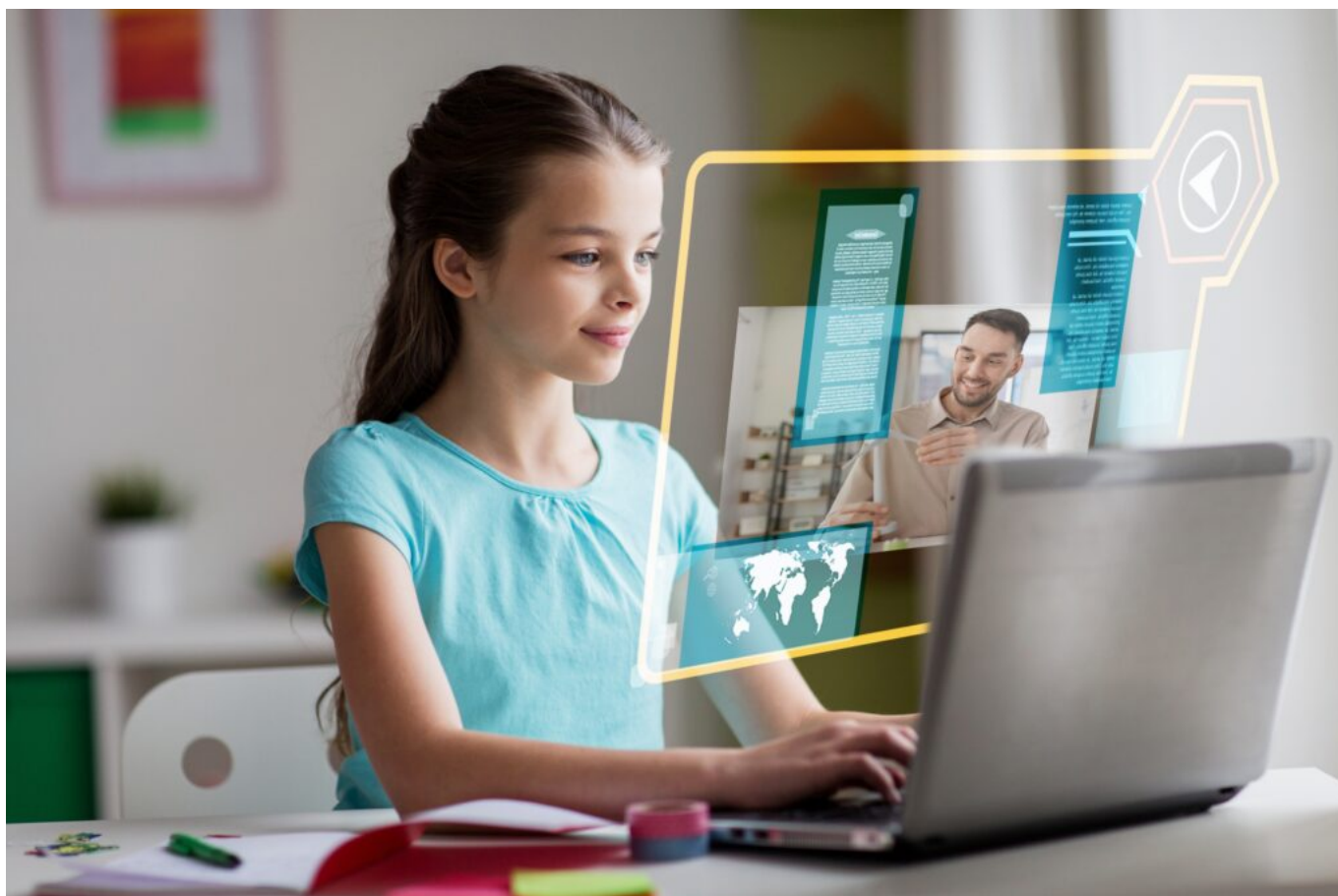
deseen y proporcionar respuestas y comentarios instantáneos.

Los milenials quieren ser tenidos en cuenta teniendo la oportunidad de compartir sus pensamientos, ya que les gusta compartir ideas y elegir la mejor. Quieren formar parte de la conversación escuchando y hablando. Cuando se escuchan sus opiniones, se sienten valorados y se disponen a participar en algo de lo que se sienten parte. Los milenials quieren que su fe se integre de forma holística en sus vidas, incluso en el ámbito de la tecnología.

Los milenials son la generación de las *apps*. Las aplicaciones se han convertido en una herramienta para comunicarse, procesar información, comprar productos o incluso leer las escrituras y rezar. Los milenials son expertos en tecnología y utilizan aplicaciones en un promedio de dos horas al día. Quieren ser descubiertos. Son optimistas y quieren compartir, prefiriendo comunicarse con textos. Se centran en el «ahora» pero tienden a ser idealistas.

LA GENERACIÓN Z

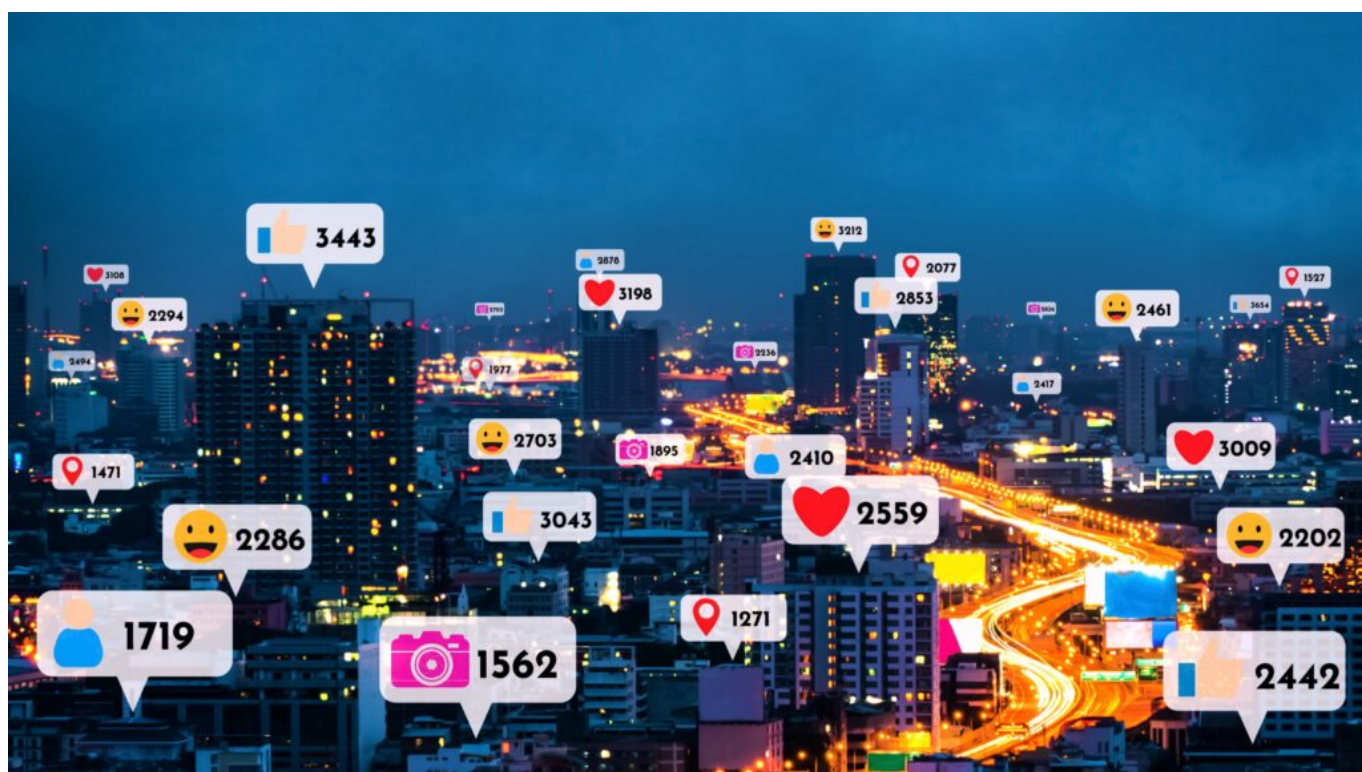
En la actualidad, los integrantes de la Generación Z son aquellos que tienen 21 años o menos. Son los primeros en tener Internet al alcance de la mano. Son nativos digitales porque han estado expuestos a Internet, las redes sociales y los teléfonos móviles desde una edad temprana. Utilizan Internet para socializar sin distinguir entre los amigos que conocen en línea y los del mundo físico. Para ellos el mundo virtual es tan real como el mundo presencial. Siempre están conectados; el offline ya no existe para ellos. Son vigorosos contribuyentes y consumidores de contenidos en línea. Prefieren los sitios web para comunicarse e interactuar con la gente, especialmente mediante imágenes. Prefieren participar y estar conectados a través de la tecnología al alcance de su mano.



Son creativos, realistas y se centran en el futuro. Son conscientes de temas y acontecimientos que son importantes para la humanidad y tienen un gran deseo de buscar la verdad. Quieren elegir y descubrir la verdad por sí mismos. De hecho, la búsqueda de la verdad está en el centro de sus comportamientos y patrones de consumo típicos.

Los jóvenes de la Generación Z utilizan redes sociales como Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram, Tiktok, Tumblr, entre otros, para informarse sobre temas sociales, salud y nutrición, espiritualidad, etc., pero también son grandes usuarios de plataformas sociales anónimas como Snapchat, Secret, Whisper, donde cualquier imagen comprometedor desaparece casi al instante. Con una gran cantidad de información a su disposición, son más pragmáticos y menos idealistas que los milenials. Su constante dependencia de la red podría llevarlos a correr el riesgo de compartir en exceso su información personal en el mundo virtual y convertirse en adictos a Internet. Su carácter está formado por lo que publican sobre sí mismos en Internet y por lo que otros publican y comentan sobre ellos. Entre ellos, una gran

mayoría en todos los continentes se declaran religiosos, pero no se identifican necesariamente con una religión: creen sin pertenecer, otros pertenecen sin creer. Los que dicen no pertenecer a ninguna religión concreta suelen proceder de familias sin fe religiosa o de cristianos tibios. La Generación Z es mucho menos religiosa que los milenials.



LOS MEDIOS SOCIALES

Es cierto que los medios sociales podrían obstaculizar de algún modo las auténticas relaciones interpersonales. También podría utilizarse como plataforma para la distribución y el acceso a materiales que podrían causar daños morales, sociales y espirituales. La verdad es que cualquier medio de comunicación tiene el potencial de ser utilizado para el mal. Es cierto que los medios sociales han sido utilizados, por ejemplo, para globalizar el populismo y desencadenar revoluciones como la primavera árabe y las protestas de los chalecos amarillos en Francia.

Todavía, los medios sociales también han permitido a la gente estar conectada a nivel mundial. Nos permiten a cada uno de nosotros ponernos al día de lo que ocurre en nuestras vidas, compartir ideas poderosas e invitar a la gente a conocer a Jesucristo. Los medios sociales se han convertido en nuestro patio virtual. Por eso

es importante que pasemos de demonizar los medios, a educar a los jóvenes en su uso adecuado y a desarrollar su potencial para evangelizar.

COMUNICAR A CRISTO

El testimonio creíble es una condición importante para comunicar a Cristo. En el mundo virtual el testimonio implica **visibilidad** (manifestamos visiblemente nuestra identidad católica), **verdad** (nos aseguramos de ser portadores de la verdad y no de noticias falsas) y **credibilidad** (las imágenes que presentamos refuerzan el mensaje que queremos comunicar). Del mismo modo, la fe debe presentarse a los milenials y a la Generación Z de formas nuevas y atractivas. Esto, a su vez, les abrirá oportunidades para compartir su fe con sus compañeros. Debemos resistir la tentación de bombardear las redes sociales con mensajes e imágenes religiosas. De hecho, esto alejará a un gran número de jóvenes.

En el **Primer Anuncio** no se trata de las doctrinas cristianas que se deben enseñar. El adjetivo “primero” no debe entenderse en un sentido estrictamente lineal o cronológico, como el primer momento del anuncio, porque en realidad empobrece su riqueza. Es más bien “primero” en el sentido en que el término *arché* era entendido por los antiguos filósofos griegos como el principio o el elemento fundamental del que todo tiene su origen, o aquello de lo que todas las cosas están formadas. Es el fundamento de una nueva evangelización y de todo el proceso de evangelización.

Se trata de favorecer una experiencia sobrecogedora y emocionante capaz de suscitar un interés por la persona de Jesús. Esto eventualmente lleve a una primera adhesión a Él, o a la revitalización de la fe en Él. El primer anuncio es esa chispa que lleva a la conversión. Esta opción por Cristo es el **feedback** al **mensaje**. De aquí sigue el proceso de evangelización mediante el catecumenado y la catequesis sistemática. Sin el primer anuncio que lleva a una opción personal por Cristo, cualquier esfuerzo de evangelización será estéril. Entonces, el desafío para cada pastor-educador salesiano, para cada animador juvenil, para cada discípulo misionero no es hacer contenidos para los medios sociales. Esta es una tentación a la que hay que resistir con fuerza. Su tarea es formar y acompañar a los propios milenials y a la Generación Z para que puedan crear para sí mismos y para sus compañeros contenidos basados en la fe en los medios sociales que puedan despertar el interés por conocer a la persona de Jesucristo. En realidad, hoy los medios sociales son una plataforma privilegiada para comunicar a Cristo a los jóvenes. ¡Depende de cada uno de nosotros utilizarlos con creatividad misionera!

LOS AMBIENTES VIRTUALES JUVENILES DE HOY

Nuevas intuiciones para una perspectiva misionera

Encuesta realizada por Juan Carlos Montenegro y el P. Alejandro Rodríguez sdb, Provincia de San Francisco (SUO), EE.UU.

El mandamiento de Jesús «Id y haced discípulos» (Mt 28,19) sigue resonando en nosotros hoy. Nuestro amor por Cristo nos desafía a ir más allá de nuestras fronteras y llegar a todas las personas, especialmente a los jóvenes de la sociedad actual. Para hacer esto, necesitamos ver la realidad desde su punto de vista, comprender cómo procesan las informaciones y cómo estas afectan a su comportamiento. Sin embargo, nuestra principal misión como educadores-evangelizadores salesianos es la de acercarlos a Cristo y acercarles a Cristo a ellos. Las diferencias generacionales pueden ser un desafío que no nos ayuda a ponernos en camino para estar «plenamente» presentes en este nuevo patio donde los jóvenes han construido su propio lenguaje, han desarrollado sus propias reglas y han creado nuevas expresiones y diferentes tipos de relaciones significativas. Este nuevo patio es un mundo virtual donde los jóvenes de hoy viven, interactúan, sueñan, se comprometen y sufren. El amor y el sello misionero de Don Bosco nos insta a abrazar esta nueva realidad con esperanza, fe y caridad pastoral. Si no conocemos la nueva realidad a la que se enfrentan los jóvenes en el mundo virtual, nuestra propuesta y nuestro acompañamiento como educadores-evangelizadores será insignificante e irrelevante. El Cuadro de *Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana (2015)* nos llama a estar presentes en el «nuevo patio» Ahora más que nunca debemos innovar y adaptar nuestro estilo salesiano de presencia entre los jóvenes.

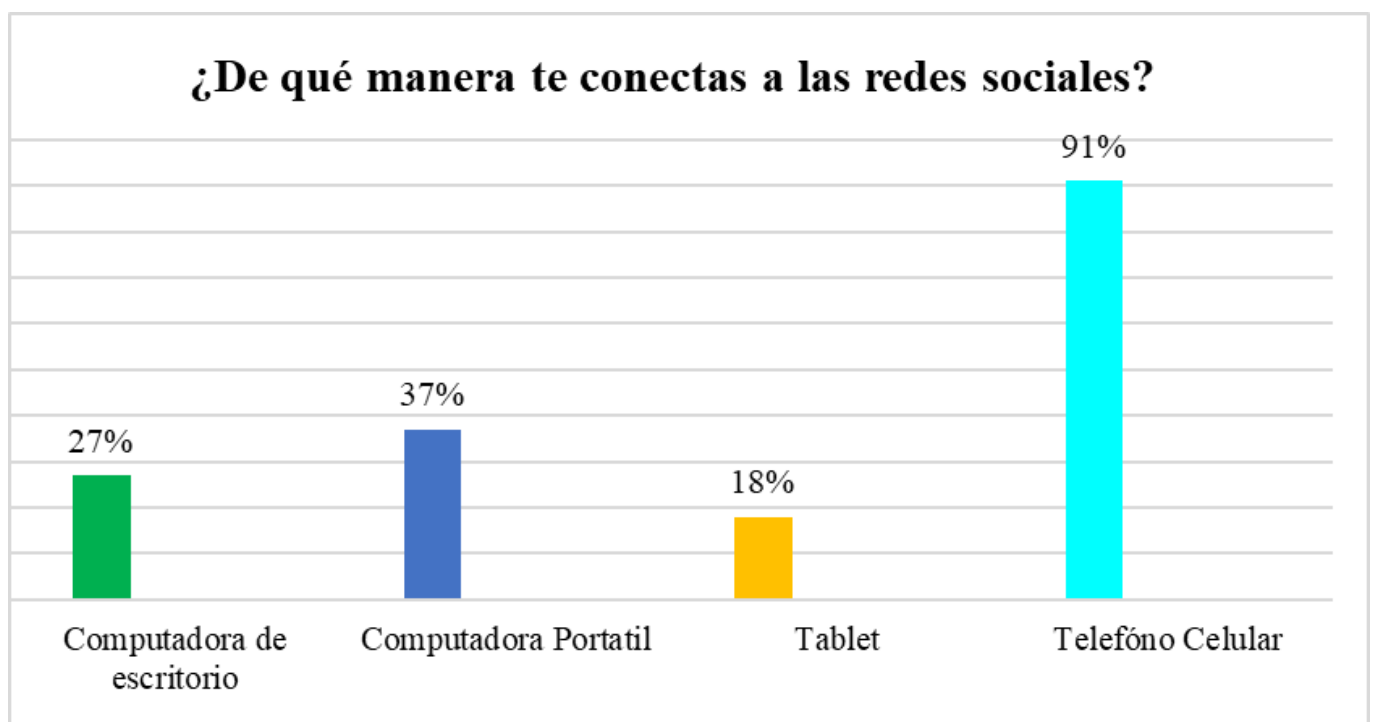
Para entender lo que está sucediendo en este nuevo patio virtual, el Sector Misiones realizó una encuesta en línea a nivel congregacional tratando de entender a nuestros jóvenes, qué piensan, qué hacen, qué esperan en cuanto a los contenidos, las posibilidades y el uso de redes sociales. La encuesta en línea en 6 idiomas involucró a 1.731 jóvenes de nuestras comunidades educativo-pastorales salesianas de entre 13 y 18 años de 37 países y 6 continentes diferentes. Es importante tener esto en cuenta porque las respuestas de los jóvenes que no provienen de origen salesiano pueden ser diferentes.

Puntos relevantes:

- Es sabido que el aumento del uso de Internet se asocia en los jóvenes a una disminución de la comunicación con los miembros de la familia, a una disminución de la participación en la vida social y a un aumento de la depresión y de la soledad. Estos son temas importantes a tener en cuenta sobre el acompañamiento en

nuestra planificación pastoral.

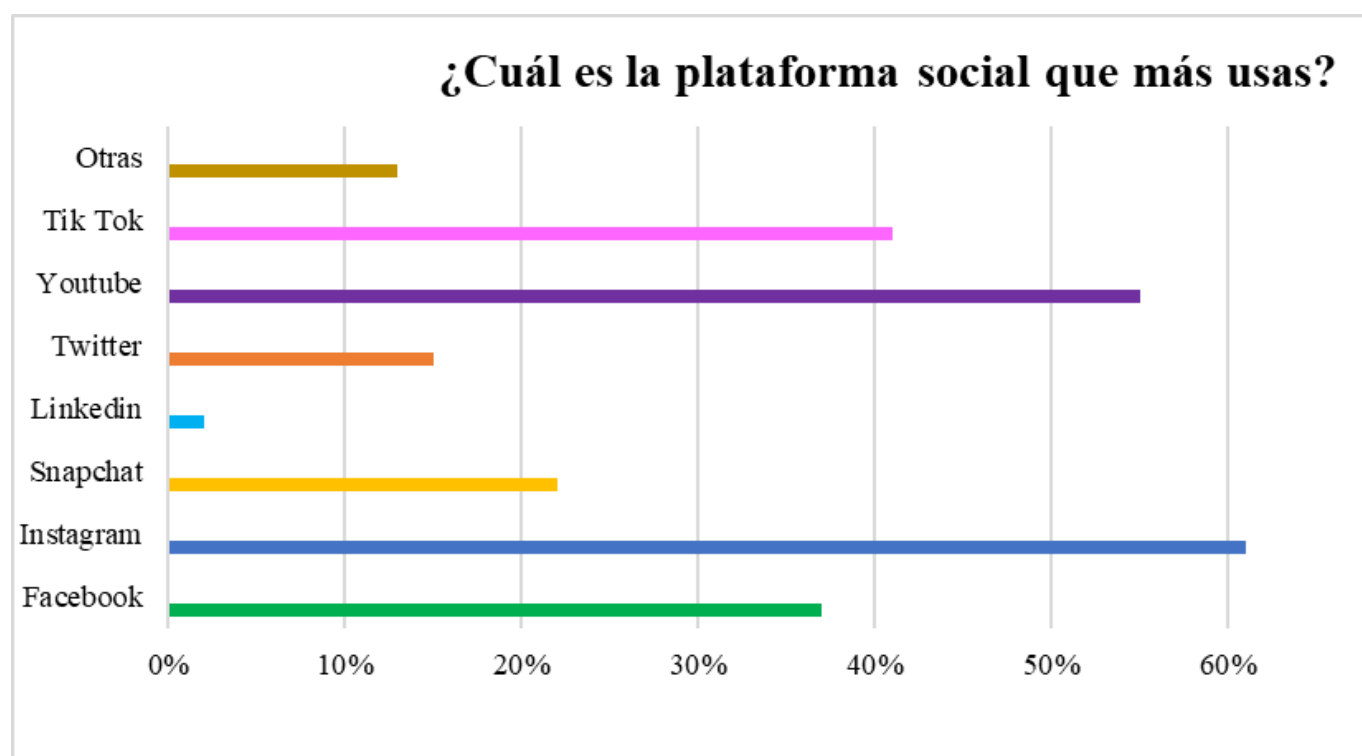
- El 91% de nuestros jóvenes utiliza teléfonos móviles para acceder a las redes sociales. Estos dispositivos están asociados a problemas de comportamiento y también a posibles problemas de salud. El 75% de los encuestados está conectado a Internet durante más de 6 horas a la semana, pero puede superar las 20 horas en algunos casos. Estar conectado tiene muchas implicaciones, como el cambio del desarrollo de habilidades sociales, de las relaciones, del conocimiento, etc.



- Los jóvenes encuestados creen que las mayores amenazas en el uso de las redes sociales son el acoso en línea, la pedofilia, las noticias falsas, los acosadores y los piratas informáticos. Mientras que el 26% de nuestros jóvenes dice haber sido acosados.
- Por falta de supervisión y/o formación y acompañamiento, los jóvenes están expuestos a contenidos para adultos; la presencia educativa más urgente de los adultos comienza con los niños de 11 a 13 años porque es el momento en que, según la encuesta, son más vulnerables a contenidos de este tipo en las páginas web.
- En cuanto a nuestra presencia con contenido religioso, el 73% de los jóvenes que hicieron esta encuesta tuvo algún tipo de contacto con contenido religioso. El 48% cree que Internet ayuda a desarrollar su relación con Dios.
- Nuestros jóvenes visitan sitios web relacionados con vídeos y música, juegos,

tutoriales, etc. El 88% de los encuestados prefiere el vídeo como tipo de contenido.

- Los jóvenes prefieren WhatsApp (64%), Instragram (61%), Youtube (41%), Tik Tok o Facebook (37%) y Messenger (33%). Esta información nos ayuda a mejorar nuestras formas de comunicación con ellos porque los adultos pueden esforzarse mucho por estar presentes en plataformas donde los jóvenes no están. Quizás los mejores canales de comunicación podrían ser Facebook para los padres e Instragram para nuestros jóvenes.



Esta encuesta es una poderosa llamada que nos desafía a los educadores y evangelizadores de jóvenes a estar presentes entre nuestros jóvenes de una manera relevante y significativa en las redes sociales.