

MISIONEROS DIGITALES

Con el incremento de la tecnología y el acercamiento de la misma a las partes más recónditas del planeta, la sociedad se ha visto envuelta en un despertar social por un uso desmedido de las redes sociales.

Las redes sociales han sido una herramienta de comunicación, convivencia, intercambio de datos, que incluso en la actualidad han generado grandes cambios sociales, políticos, culturales y sin dejar de mencionar eclesiásticos. Las redes sociales dan apertura al pensamiento individual, haciendo que éste se convierta en público, y de acuerdo a su "aceptación" con la red social, el mismo se viraliza, convirtiéndose en un movimiento que sobre pasa las fronteras locales e incluso internacionales.

La iglesia no se encuentra exenta en cuanto al uso de redes sociales, sino al contrario se ha vuelto involucrada cada día más y más en ellas, lo que la hace más "social" y acercase más a los creyentes, sin embargo, puede convertirse también en una herramienta que pueda ser mal utilizada, y a su vez, contribuya a servir de excusa para permanecer demasiado tiempo en ella.

En Centroamérica, la Red Social con más penetración en la región es Facebook con más de 8,7 millones de usuarios. El 98% de los usuarios de Redes Sociales tienen cuenta dentro de Facebook. En el caso de Twitter, 67% afirma tener un perfil en dicha Red. En tercera posición se encuentra Google+ en donde el 53% de los usuarios centroamericanos de Redes Sociales tienen una cuenta activa. Sumada a ella se encuentran otras redes sociales como Instagram, Tagged, Hi5, Youtube y muchas más.

La edad de los usuarios en la región se sitúa entre los 25 a 30 años. El segundo grupo más importantes se encuentra en el rango de edades entre 21 y 24 años. Existen más usuarios de 35 a 44 años que usuarios de 12 a 17 años.

Cada red social es totalmente diferente y por lo que su uso se adapta muchas veces a los diversos pensamientos de la sociedad, lo que la hace tan popular (si no te gusta Facebook, puedes elegir Instagram y solo compartir tus fotografías, más no tu vida completa), por lo que veremos algunas diferencias.

Pero, como redes sociales hay muchas y no tenemos ni todo el tiempo ni todo el espacio del mundo, nos vamos a centrar en las diferencias que hay en las principales redes sociales que hay en la actualidad, además de las que están por venir, es decir, vamos a centrarnos en las diferencias que hay entre Facebook (la joya de la corona), Twitter, e Instagram.

Facebook: Es una utilidad social libre que te permite armar o integrarte a redes web permitiéndote subir fotos, publicar notas, obtener las noticias de tus amigos, enviar vídeos sobre tu perfil, establecer parámetros de privacidad para controlar quién ve tu información y unirte para ver las personas que viven, estudian o trabajan a tu alrededor.

Twitter: permite a sus usuarios enviar y leer textos de una longitud máxima de 140 caracteres denominados como “tweets”. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter, (o aplicaciones web llamadas clientes), como también desde teléfonos celulares. Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario. Como red social, Twitter se basa en el principio de los seguidores. Cuando tu eliges seguir a otro usuario, los tweets de ese usuario aparecerán en orden cronológico inverso, en tu página principal de Twitter. Por ejemplo, si tu sigues a 20 personas, verás una mezcla de tweets de esas 20 personas en el orden en que vayan publicando mensajes, siendo el primero que veas, el último que ellos hayan escrito. ¿Qué son esas palabras con el símbolo#? Se llaman hashtags y sirven para ubicar fácilmente tweets de otros usuarios a los que no sigues y que estén hablando del tema que te interese. Por ejemplo si alguien escribe un tweet y le agrega el hashtag #midejoven, haciendo clic verás todos los tweets de todos los usuarios que estén hablando de “midejoven”. Sirven también para enterarse de qué se está hablando en ese momento, conocer nuevos usuarios, agregar seguidores, participar de juegos, etc.

Instagram; Toma fotografías cuadradas, similares a las que tomaban las cámaras Kodak Instamatic en los años 60. Cuenta con once filtros digitales que permiten transformar las fotografías que se toman, mejorando la calidad del producto final Además se pueden modificar los colores, el ambiente, los bordes y lo tonos. La Imagen final se puede compartir en muchas redes sociales tales como Facebook, Flickr, Twitter, Tumblr, Foursquare, entre otras, e incluso enviar a través del correo electrónico. También se pueden procesar y compartir fotos que se tomaron en otro momento y estaban el teléfono móvil.

Cuando hablamos de aprovechar las redes sociales para evangelizar es al mismo tiempo sencillo y muy complejo. Es sencillo porque no es necesario desplazarnos lejos de donde vivimos y lo podemos hacer en cualquier momento. Podemos utilizar frases, imágenes, textos, enlaces o videos que hayan sido creadas por otras personas, lo que nos permite relacionarnos con otros evangelizadores en las redes y trabajar juntos. Si nos animamos, podemos ser nosotros los que generemos algún contenido para que otros lo compartan. Todo esto entra dentro del espacio de lo sencillo.

Como creyentes se debe Saber y tener presente que las redes sociales **“son un reflejo de nuestra personalidad”**. Es sabido que el éxito de las redes sociales se debe a un factor decisivo: facilitaron las relaciones interpersonales.

¿Cómo entra la evangelización en este complejo mundo digital? Más aún, ¿cómo se debe entender la evangelización en un contexto existencial como este de hoy en día? Hay quienes apuestan por habitar la red y desde ella posibilitar un acercamiento a quienes no conocen a Dios, no creen o han dejado de hacerlo. Ante todo, los misioneros llevaban la palabra de Dios, no la propia. Eran intermediarios entre Dios y los hombres y, en consecuencia, conducían al fin que era Dios, no a sí mismos. Existe hoy la tentación de ponerse al centro del Mensaje y desviar así la atención del fin verdadero.

Los misioneros eran enviados: en el fondo el impulso venía de Dios mismo pues, como decía san Pablo, «¡Ay de mí si no predicara el Evangelio!». Pero también es verdad que el envío inmediato era el de una autoridad eclesiástica que avalaba su trabajo apostólico. Hoy esto sigue siendo realidad si bien esa autoridad puede ser también de competencias. La evangelización on line supone la buena intención pero también la adecuada preparación y, en la medida que es posible, también el respaldo al menos del propio párroco o algún representante eclesiástico que acompañe y guíe nuestro trabajo. Los misioneros de antaño aprendían la lengua de los nativos. Los nativos digitales tienen también hoy su propio «lenguaje»: es más visual, interactivo, intuitivo, multimedial. Son elementos que el misionero no sólo debe conocer sino dominar para poder hablar de «tú a tú», en su idioma, al hombre contemporáneo.

Al llegar a la nueva tierra, los misioneros también sabían identificar las cosas buenas de la cultura a la que llegaban. Hoy se debe hacer también lo mismo. No hay que partirse la cabeza pensando en miles de tácticas nuevas: se puede aprovechar lo ya existente, purificándolo si es necesario, y elevándolo.

Finalmente, el éxito pastoral de muchos misioneros no venía de la cantidad de cosas que hacían sino del testimonio de vida santa que llevaban. Si las actividades eran tantas era porque surgían del consejo que Dios le daba en la oración. Lo escuchaban a Él y actuaban en consecuencia. Y evidentemente eso lo notaban las personas, de manera que se sentían interpelados a conocer al Dios con el que el misionero se comunicaba. Y aquello sigue siendo válido hoy en día: hablar primero con Dios para luego hablar de él a los demás. Porque los hombres de hoy no escuchan a los maestros sino a los testigos. Y si escuchan a los maestros es porque son testigos.