



Redes sociales,

comunicación
y misión

La comunicación en las redes sociales para la comunidad de discípulos y misioneros, es más que instrumentos tecnológicos, teorías y métodos comunicacionales: es un "ambiente vital"² de encuentro y participación comunitaria. La comunicación en redes entendida así como ambiente es desafiante para quienes sienten el llamado de anunciar el Evangelio en una sociedad en red(es).³

Ante todo, la misión en ambiente digital debe superar la lógica de la adaptación. Nos hemos acostumbramos a promocionar en las redes las actividades "presenciales" trasladando anuncios parroquiales, formaciones y retiros espirituales en "carteleros e invitaciones" de un formato a otro. Pero, cuál es la novedad para un misionero en un horizonte digital de posibilidades en constante actualización y mutación? La primera respuesta es saber aprovechar las posibilidades que estos nuevos medios ofrecen no solo trasladando información sino fomentando un encuentro diferente.

Estamos acostumbrados a preconizar como única variable la lógica que manejan las redes sociales que premian visualizaciones, me gusta, compartir y seguidores en detrimento de calidad de acogida, capacidad de escucha y diálogo integral. Necesitamos romper los esquemas del algoritmo, por así decirlo; pensar evangélicamente y encontrar nuevos caminos de presencia misionera en redes.

Hay que comenzar evangelizando nuestra presencia, este debe ser el modo de operar en las redes. Dicho en otras palabras, re-significar nuestra manera de misionar en redes sociales. Luego que hayamos evangelizado nuestra presencia desde Cristo, esto es la meta del corazón del discípulo-misionero, se necesita conocer el ambiente virtual para luego elaborar un plan de misión y finalmente lanzarnos al anuncio.

Jesús de Nazareth, no buscó ni espectadores ni se guió por estadísticas de alcance. Él miró y amó, cf. Mc 10, 21 sanó y salvó cf. Jn 8, 11; estableciendo de esta manera la lógica de un encuentro personal de salvación ofreciendo vida nueva y abundante cf. Jn 10, 10. Los primeros discípulos y comunidades cristianas se enfocaron en esta pedagogía del maestro siguiendo su escuela y convirtiéndola en patrimonio de una Iglesia misionera que sale-ama promueve sin descuidar el anuncio cf. Hch 6, 2. Por este motivo, el misionar en redes sociales comparte aspectos del binomio comunicación-misión y se focaliza en la triada encuentro-escucha-diálogo, visibilizando así "una presencia que escucha, dialoga, anima".⁴

La actualidad radica en preguntarnos cómo habitar espacios virtuales y misionar en redes de manera evangélica. Para ello es necesario un enfoque personal y a la vez eclesial. Centrarnos en teorías y técnicas de comunicación en redes si bien orienta nos desvía del espíritu misionero verificado a través del despojo de instrumentos y medios cf. Lc 10, 4-9.

Para misionar en redes, se necesita re-apropiarse del acto personal de fe que crea y traduce una presencia concreta que es testimonio de vida en Cristo y requiere ser testigo, Hch 1, 8. El cual siempre irá contracorriente porque su lenguaje es la caridad que desarma. Seamos conscientes que el testimonio evangélico del discípulo-misionero permanece cuando cambia el medio que lo vehicula. Se trata de la forma de salir al encuentro de personas, pero esta vez en un hábitat virtual creando un lugar seguro para recibir y compartir vida. Este es el patrimonio genético del discípulo-misionero que tiene que ver más con la vocación de ser "llamados y enviados" cf. Mc 6, 7 que del mero empeño en un "estar" tan momentáneo como pasajero. El testimonio de Jesús fue ser enviado del Padre cf. 20, 21, no siguió tendencias para acaparar treinta segundos de atención. Jesús habló con autoridad, cf. Mc 1, 22, haciendo nuevas todas las cosas, cf. Ap 21, 5; instaurando y proclamando el Reino de Dios.

La misión es vida⁵ en Cristo y seguirá siendo el modelo a seguir para todo bautizado, para todo misionero, hoy y siempre, desde todos los ambientes en los cuales viva, se mueva y exista, cf. Hch 17, 28. Y las redes sociales son un ambiente de encuentro más, generadoras exponenciales de posibilidades de encuentro-escucha-diálogo. Solamente si las habitamos en la óptica de acompañar a otros a conocer y encontrarse con Jesucristo. Este es nuestro objetivo misionero en redes sociales.⁶



En las redes vemos mucha repetición, demasiados influencers pero cuántos testigos. Tantos formatos atractivos e idénticos, mismos modos de presentarse e interactuar, siguiendo trends que generan visualizaciones y poca creatividad que emana del encuentro. En definitiva, mismo formato y estilo, misma impostación de voz, misma duración, mismo escenario; mismo gancho. Basta solo comparar los vivos, los reels, los posteos que se ofrecen a cataratas deslizando la pantalla. Lo llamativo es que se fuerzan trends porque si funcionó en determinado lugar deberá funcionar también aquí. Dónde queda el proceso y la reflexión de una evangelización en redes que sea inculturada?

Hoy las redes sufren un empacho excesivo de autoreferencialidad respondiendo a un mandato fabricado sin construir caminos nuevos de conversión, sin jugarse demasiado en un anuncio que libera. De frente tenemos a un habitante digital sin filiación aparente que está sediento de más porque se le informa a medias distrayéndolo aún más.



Misionar en redes sociales puede generar espacios de encuentro-escucha-diálogo en una virtualidad plagada por modelos de bienestar y tips en carrete de estadísticas y recetas, de consejos, de técnicas de productividad y autoayuda. Cada quién vende lo suyo, mercadeando y "nosotros no tenemos un producto que vender, sino una vida que comunicar : Dios, su vida divina, su amor misericordioso, su santidad".⁷

La diferencia es no seguir un modelo preestablecido por culturas muy alejadas de la propia, sino transformar el propio modo de pensar para discernir el querer de Dios, cf. Rm 12, 2 esto es proceso de conversión que lleva a una adhesión libre. La misión hace experimentar la alegría del encuentro con Cristo y en Él encontrar a otros, esto también debe suceder en las redes porque son nueva frontera y espacio d encuentro a la vez. Cuando el Maestro llamó a los primeros doce creó comunidad para que estuviesen con Él, instituirlos y enviarlos a predicar con el poder de expulsar demonios cf Mc 3, 13-15. Ofrecámonos la oportunidad de reflexionar sobre el significado de este ultimo versículo del evangelio de Marcos sin olvidarnos de que fuimos conquistado por Él, cf. Fil 3, 12.

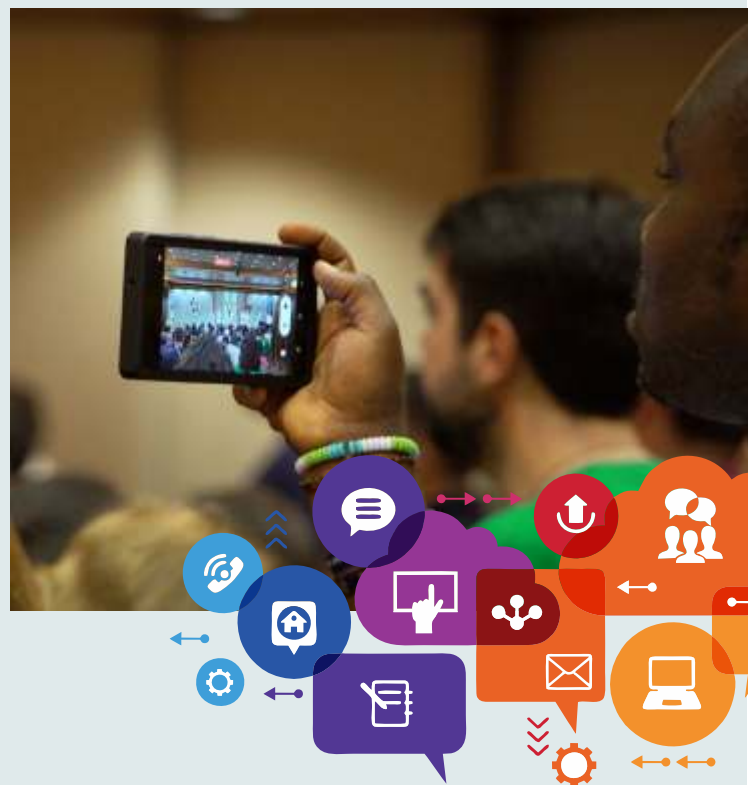
Para evitar frustraciones y auto-comunicación, es necesario remitirse a la experiencia personal del encuentro con Cristo evitando desencarnarse del mensaje recibido y madurado. Es necesario desandar los modelos habituales expuestos en redes y proponer de manera explicita seguir al Maestro que propone vida nueva, cf. Ef 4, 24.

Las visualizaciones no son frutos abundantes, cf. Jn 15, 8. Los frutos están muchas veces escondidos y en modo pausa. Son esos corazones fervientes detrás del dispositivo que esperan *encuentro-escucha-diálogo* y también anuncio. Hay que saber identificarlos, conocerlos, respetando los tiempos de siembra y de cosecha según el Espíritu cf. Gal 6, 7-9 no cronogramas de *community manager*.

La presencia en las redes implica tiempo y esfuerzo. Y este proceso, se vuelve experiencia de encuentro auténtico y sincero con personas concretas en situaciones concretas para "lograr insertarse en el diálogo con los hombres y mujeres de hoy" que habitan las redes de manera cotidiana e intermitente No nos contentemos con buscar el paso a paso ganador. No gastemos tiempo solo en fichas técnicas, manuales y modos de uso. La misión implica interpretar los signos de nuestro aquí y ahora a la luz del Evangelio comprendiendo y anunciando la Verdad, cf. GS 4.

Como discípulos-misioneros hay que permanecer abiertos a encontrar y recorrer caminos de misión en redes creando estilo propio, o sea un copyright, derechos del autor quien es testigo del Resucitado, cf. Gal 2, 20. Sin copiar ni migrar fórmulas y experiencias ajenas. Necesitamos primerear reelaborando presencia. Algo así como las recetas de cocina, ese famoso "a ojo" que se genera desde el aprendizaje. Porque Único es el ingrediente estrella, si bien los utensillos, capacidades y dones difieren con cada usuario "testigo" en estado de misión. Confiar en la experiencia de fe, en el compartir la fe dándola,¹⁰ junto a objetivos claros y a una programación adecuada del testigo, sin olvidar que es discípulo y misionero.

"La misión implica interpretar los signos de nuestro aquí y ahora a la luz del Evangelio comprendiendo y anunciando la Verdad"



4- Discurso del Santo Padre Francisco a los participantes en la Asamblea plenaria del Consejo Pontificio para las comunicaciones sociales, 21 de septiembre de 2013, 2.

5 - Evangelii Gaudium, 273.

6 -Discurso del Santo Padre Francisco los participantes, 3.

7 - Discurso del Santo Padre Francisco a los Directores Nacionales de las Obras Misionales Pontificias, 1 de junio 2018.

8- Discurso del Santo Padre Francisco a los participantes, 2.

Recordemos siempre que las redes se manejan desde la periodicidad. Mantenerlas en estado de misión implica sumergirse en una vorágine establecida y desde allí hacer una opción que no aleje del Evangelio que "nos invita siempre a correr el riesgo del encuentro con el rostro del otro, con su presencia física que interpela, con su dolor y sus reclamos, con su alegría que contagia en un constante cuerpo a cuerpo. EG 88"

La revolución de la misión en redes sociales se encuentra principalmente en el contenido de la experiencia de fe compartida que es única. Las redes nos dan posibilidades de formatos (envases) hechos a medida y a la vez limitados. Un reel es un reel: forma, tiempo y posibilidades de reel.

El contenido del mensaje kerigmático (proclamación) no cambia, es Jesús y su reino. Se actualiza, no en la última versión mejorada, sino en el aquí y ahora del encuentro entre personas que comparten vida y hacen de la vida buena noticia dejando arder libremente sus corazones, cf. Lc 24, 32, desde y con la Palabra.

Superar el modo cartelera informativa es el comienzo. Las redes sociales ofrecen variedad limitada de modalidades de interacción; el misionero en las redes es quien confía cuando toca lanzar las redes y esperar cf. Lc 5, 4, porque así lo quiere el Maestro. Saber ver detrás de un me gusta, un comentario, un interés o la problemática particular de un mensaje y desde allí salir al encuentro al mejor estilo del Nazareno.

El proceso de evangelización genera tiempos diversos de comunicación-misión porque la Buena Noticia llega a cada persona de manera irreplicable, en un momento determinado de su historia y esta exige toda la fuerza de una novedad liberadora. Recordemos que la evangelización en redes sociales ensancha el campo de siembra como complemento y no como sustituto del proceso evangelizador. La misión en las redes "exige el rostro, la mirada y la compasión más que el intercambio."¹¹

9 - Cf. Evangelii Gaudium, 24.

10 - Cf. Redemptoris Missio, 2.

11 - Inteligencia artificial y sabiduría del corazón para una comunicación plenamente humana, Mensaje del Santo Padre Francisco para la 58 Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

P. Lic. Ariel Tosoni

Misionero de la Consolata. Costa de Marfil.

Metas¹ del discípulo-misionero en redes sociales

- 1. Conectar desde un verdadero encuentro personal (El samaritano, 2014)**
- 2. Narrar desde la gratuidad del dar y recibir (La Visitación, 2015)**
- 3. Encontrar misericordiano (Bienaventuranzas, 2016)**
- 4. Fomentar el diálogo que sea «buena noticia» (Esperanza, 2017)**
- 5. Favorecer la comunión promoviendo la verdad (Libertad, 2018)**
- 6. Custodiar la comunión de personas libres (Alteridad, 2019)**
- 7. Tejer encuentros actualizando el testimonio (Memorial, 2020)**
- 8. Comunicar encontrando personas desde y cómo están (Encuentro, 2021)**
- 9. Afinar la escucha desde el corazón (Escucha, 2022)**
- 10. Interactuar desde la caridad (Diálogo, 2023)**

