

Comunicar a Cristo HOY



20 } JORNADA
22 } MISIONERA
SALESIANA



PRESENTACIÓN Y EXPLICACIÓN DEL POSTER

CRÉDITOS

Sector para las Misiones Salesianas

Sede Salesiana

Via Marsala, 42 - 00185 Roma

Tel. +39 06 656 121

email: cagliero11@sdb.org

Consejo Editorial

Sector para las Misiones Salesianas

Diseño e Impresión

Editorial Don Bosco

Centro Gráfico Salesiano Cuenca-Ecuador

Tipografía

TipoLitografía - Ist. Salesiano PIO XI

Via Umbertide, 11 - 00181 Roma



“COMUNICAR A CRISTO HOY - #MisionerosEnRed”: evangelizar es un acto de relación que necesita los medios de comunicación adecuados para transmitir el mensaje del Evangelio. Este año la Jornada Misionera Salesiana pretende crear un puente entre la animación misionera y la comunicación social abordando el tema del anuncio del Evangelio en el mundo de las redes sociales.

El cartel de la JMS 2022 muestra a cinco jóvenes reunidos en torno a una mesa, conversando de forma sencilla con las herramientas tecnológicas que forman parte de nuestra vida cotidiana: smartphones, ordenadores, tabletas... La diversidad de culturas no es un obstáculo y el mundo de las redes sociales acerca y une a las personas. El retrato de San Francisco de Sales, de quien recordamos el 400 aniversario de su muerte, acompaña la labor de transmisión

del Evangelio en dinámicas siempre nuevas y creativas. En la base de todo está el rostro de Jesús: él es el motor y el mensaje que queremos llevar a los jóvenes con nuestra vida, incluso cuando utilizamos las redes sociales.

En este cuadernillo, la reflexión está guiada por los tres elementos que componen el tema: **Comunicar**, a través de una experiencia concreta de educación mediática; **Cristo**, la verdadera fuente de todas las formas de comunicación del Evangelio; **Hoy**, explorando la relación entre los jóvenes de todo el mundo y las redes sociales.

Más informaciones se ofrecen a partir de la carta del Rector Mayor, la entrevista con tres Consejeros Generales y la Lectio divina sobre el pasaje de Romanos 12:9-21 “Que el amor sea sin hipocresía”.

Para una referencia salesiana, hemos incluido una reflexión sobre la comunicación eficaz al estilo salesiano y la presentación de ANS, un recurso precioso para la Congregación y la Iglesia. Introducirnos en la mentalidad de los jóvenes de hoy, los “Millennials” y la “Generación Z” y escuchar la voz de un sacerdote en primera línea sobre estos temas y de algunos jóvenes del MJS nos ayudará a traducir en experiencia vital los estímulos recibidos.

El testimonio de santidad de Francisco de Sales y del joven Carlo Acutis nos muestran que éste es un camino hacia el cielo.

Algunas actividades de juegos gráficos acompañan al texto y pueden utilizarse con los jóvenes para reflexionar sobre los temas de la JMS 2022.

El proyecto a apoyar elegido para este año es la red radiofónica salesiana “ARTESBOL” de Bolivia.

El trabajo para la realización de los materiales JMS, bajo la dirección del Sector de Misiones, ha implicado a muchas personas de diferentes provincias de todo el mundo. La oración fue escrita por Mattia, un joven estudiante que vive en el Sagrado Corazón de Roma y está involucrado en las actividades pastorales de la casa.

ÍNDICE

3	Presentación y explicación del poster
6	Carta del Rector Mayor
8	#JornadaMisioneraSalesiana
11	Comunicando: Village Artistique Don Bosco
15	Comunicando a Cristo
18	Los ambientes virtuales juveniles de hoy - Nuevas intuiciones para una perspectiva misionera
22	Suscitar el interés por Jesús a través de Tik Tok - Entrevista al Padre Matt Lowry
24	Juegos
26	Los patios de hoy: la palabra a los consejeros
29	Lectio Divina: Comunicar a Cristo Hoy
33	Vivir en las redes sociales
37	ANS: La comunicación al servicio de la Educación y de la Evangelización
40	Los Millennials y La Generación Z hoy
42	#SettorePerLeMissioniSalesiane
43	MJS: Evangelización a través de las redes sociales
45	San Francisco De Sales - Un excepcional comunicador del Evangelio
47	Beato Carlos Acutis - Un joven misionero moderno
49	Proyecto JMS 2022 - Artesbol: Comunicación Radiofónica En Bolivia Para Los Jovenes
52	Oración JMS 2022



CARTA DEL RECTOR MAYOR

Queridos amigos

Es con gran placer que quiero saludarlos al comienzo del año 2022 y con un hermoso tema para la Jornada Misionera Salesiana 2022, un tema que es de suma importancia para todos nosotros: cómo comunicar a Cristo hoy.

Todos sabemos muy bien que no podemos dejar de comunicarnos. Nos comunicamos incluso sin decir una sola palabra. Al meditar sobre el tema de esta JMJ, me vienen a la mente estas tres cosas:

1. Autenticidad. Para comunicar bien a Cristo hoy tenemos que ser verdaderos, auténticos. No se debe caer en la tentación de causar una buena impresión, para parecer mejores, más atractivos y más alabados. Se debe preferir “el ser” que el “hacer e impresionar”. Sólo así podremos ser comunicadores creíbles y verdaderos misioneros.

2. Escucha. Hoy las palabras han perdido su peso. Lo que cuenta son las imágenes, los símbolos, las historias, las personas concretas. Muchas cosas no se pueden hacer a causa del Covid. Sin embargo, tenemos una nueva oportunidad de comunicarnos. Tanto con los demás como con Dios. Es un buen momento para profundizar en nuestra relación con Dios, para escucharlo con atención. También es tiempo para escuchar a los jóvenes. Su presencia y sus actividades en las redes sociales con un deseo ilimitado de conseguir el mayor número posible de “likes” son a menudo un grito que clama el ser escuchados, el ser tomados en serio.

3. Positividad. Si queremos comunicar a Cristo como discípulos misioneros, debemos comunicar el Evangelio. ¿Y qué otra cosa es el Evangelio sino la “buena noticia”? Debemos intentar ver las cosas buenas. Incluso en situaciones difíciles y a pesar de la fragilidad del mundo actual. Como Cristo, que incluso en los pecadores veía el más profundo potencial de bondad, como Don Bosco, que siempre miraba el lado positivo de cada joven.

No tengan miedo de ser creativos, de entrar en el campo de los medios de comunicación, de las redes sociales, de ver este espacio como un gran regalo de Dios y no como una amenaza o un peligro. Estoy seguro de que Don Bosco no haría otra cosa hoy en día, pero siempre con la formación adecuada, la prudencia y el corazón de un educador. Sería sin duda uno de los seguidores más activos para estar cerca de los jóvenes, para compartir con ellos este espacio digital de forma personal, para educarlos con buenos ejemplos, para acercarlos a Cristo.

Caminemos juntos por este hermoso y aventurero camino.

Angel Fernandez Antime, SDB
Rettore Maggiore



#JORNADA MISIONERA SALESIANA

En 1988, con motivo del centenario de la muerte de Don Bosco se lanzó la Jornada Misionera Salesiana (JMS) en la que se propone un tema misionero a toda la Congregación Salesiana. Los primeros destinatarios son la comunidad salesiana SDB y la Comunidad Educativo-Pastoral (CEP). Luego los jóvenes y todos los miembros de la Familia Salesiana.

Cada Inspectoría elige una fecha o período que se adapte más a su propio ritmo y calendario para vivir plenamente este fuerte momento de animación misionera.

La JMS no es necesariamente un día, es importante ofrecer un itinerario educativo-pastoral de unas pocas semanas, de los cuales la JMS sea el punto culminante como expresión del espíritu misionero de toda la CEP.

Este subsidio es adecuado para los salesianos y animadores que quieran recibir ideas para su propia formación y para la animación de la JMS. El póster de la JMS ayuda a visualizar el tema y a ponerlo de manifiesto a todos, por lo que es importante que esté bien colocado en todas las obras salesianas.

Los videos están disponibles en Youtube, en el canal “Settore per le Missioni Salesiane”.



#Oración

La acción misionera brota y se sostiene a través del encuentro con Dios. Todos los miembros de las CEP contribuyen a la acción misionera mediante la oración, acompañada con sacrificios, en favor de los misioneros salesianos y las vocaciones misioneras. El 11 de cada mes es una ocasión para rezar por la Intención Misionera Salesiana mensual. Cada año con el tema de la JMS se propone una oración específica.

#Proyecto

Cada año se propone un proyecto para toda la Congregación. Esta es una parte importante de la dinámica de la JMS, no es solo para recaudar fondos, más bien es una experiencia educativa para la solidaridad concreta de los jóvenes. El Delegado Inspectorial para la Animación Misionera (DIAM) promueve la solidaridad a través de diversas iniciativas, especialmente durante los tiempos litúrgicos fuertes y se invita a toda la comunidad inspectorial a hacer una contribución monetaria como expresión de la solidaridad misionera. Es muy oportuno que, a la conclusión de la celebración de la JMS, la colecta de ayuda sea ofrecida en la **celebración eucarística**, como don a Dios y para las misiones salesianas.

#Evaluación

La evaluación después de la JMS es tan importante como la preparación y la celebración. Se debe tomar en consideración cómo la JMS podría fomentar una cultura misionera en la comunidad local o provincial a través del tema del año, teniendo en cuenta las sugerencias para mejorar de cara al futuro.

#Tema

El tema de la JMS 2022 es “Comunicar a Cristo hoy - Misioneros En Red”, el punto de contacto entre la animación misionera y la comunicación social, actual y lleno de desafíos para los educadores salesianos. A partir de las tres reflexiones principales “Comunicar”, “Comunicar a Cristo” y “Comunicar hoy”, diversas aportaciones ayudan a desarrollar el tema: entrevistas, lectio divina, reflexiones, experiencias. El material pretende ser una herramienta útil para reflexionar sobre cómo evangelizar en el mundo actual, especialmente a través de las redes sociales.

1988

Guinea: El sueño continúa	Zambia: Progetto Lufubu	Timor Este: Jóvenes evangelizadores	Paraguay: Chicos de la calle
Perú: Cristo vive en los caminos del Inca	Togo: Don Bosco y el África: un sueño hecho realidad	Camboya: Misioneros constructores de paz	India: En diálogo para compartir la fe
Rusia: Luces de esperanza en Siberia	Madagascar: Joven te digo, levántate	Brasil: Yanomami Nueva vida en Cristo	Japón: El difícil anuncio de Cristo
Angola: El Evangelio semilla de reconciliación	Papúa Nueva Guinea: Caminando con los jóvenes	Misioneros entre los jóvenes refugiados	Compromiso para la promoción humana en la misión
India: Arunachal Pradesh, El despertar de un pueblo	Mongolia: Una nueva frontera misionera	Sudán: La misión salesiana	VIH / SIDA: respuesta salesiana - educar para la vida
Animación misionera- Mantén viva tu llama misionera	Europa: Los salesianos de Don Bosco caminan con los gitanos - Sinti	América: Voluntarios para proclamar el Evangelio	Asia: Contar a Jesús
África: El camino de la fe	Europa: Los otros somos nosotros - Atención salesiana a los migrantes	¡Señor, envíame! - La vocación salesiana misionera	¡Vengan a ayudarnos! El primer anuncio y las nuevas fronteras en Oceanía
... se quedaron con nosotros: El primer anuncio y los pueblos indígenas de América	Susurra la Buena Nueva. El primer anuncio y formación profesional en Asia	"Sin saberlo hospedaron ángeles". El primer anuncio entre los refugiados y desplazados en África	Europa: El primer anuncio en Europa mediante los oratorios y centros juveniles. "Alégrense siempre..."
Un solo Padre, una familia - Solidaridad misionera como Primer anuncio	Comunicar a Cristo Hoy. #MisionerosEnRed	<h1>2022</h1>	



COMUNICANDO: VILLAGE ARTISTIQUE DON BOSCO

Un inspirador Proyecto Salesiano sobre un nuevo "patio digital"



P. John Paul Swaminathan SDB
Don Bosco Intuition Entertainers Media - París

La industria de los medios de comunicación crece rápidamente a nivel mundial, con una expectativa de alcanzar los 7 trillones de dólares en 2030. Un crecimiento de más del 10%. Y del mismo modo, la educación privada en artes y medios de comunicación crece sorprendentemente rápido. Pero con los costes de matrícula creciendo a un ritmo mucho mayor que la inflación, la educación se está encareciendo,

"El ambiente digital caracteriza el mundo contemporáneo. Amplias franjas de la humanidad están inmersas en él de manera ordinaria y continua. Ya no se trata solamente de "usar" instrumentos de comunicación, sino de vivir en una cultura ampliamen-

impidiendo que jóvenes con talento y apasionados tengan la oportunidad de estudiar y encontrar un empleo digno en este campo floreciente. La industria de los medios se está convirtiendo rápidamente en una industria de élite, excluyendo las voces de jóvenes con talento debido a su aislamiento económico. Esas voces necesitan representación.

Justicia digital para los abandonados, los excluidos, para los refugiados y migrantes

Village Artistique Don Bosco (VADB) en París cree que todos los miembros de la comunidad global se merecen un acceso equitativo a la tecnología. Por esta razón, se reservan el 30% de su aforo para aquellos abandonados, excluidos o que sean refugiados o migrantes o de regiones subdesarrolladas. Puede que, más que ninguna otra, sean las historias de estos chicos las que necesitan ser contadas. Estas voces excluidas, estas “piedras descartadas” son las que quieren apoyar para convertirse en “piedras angulares” de un movimiento de reforma de la digitalización. Dado el acceso a la formación necesaria, se convertirán en vehículos del cambio que necesita el acceso a los medios, la participación y un sentido de pertenencia para cambiar las comunidades de las que proceden.

“El objetivo de Village Artistique Don Bosco es formar una nueva generación de artistas y profesionales de los medios, ‘buenos Cristianos y honrados ciudadanos’ que llenen las calles digitales del mundo”.

Una nueva generación de profesionales de los medios

VADB no producirá solo artistas y artesanos sobresalientes, sino ciudadanos con un profundo compromiso y pasión por lo que hacen, dotados de conciencia, inspirados para devolver lo recibido y para ayudar a traer paz y armonía a través de

te digitalizada, que afecta de modo muy profundo la noción de tiempo y de espacio, la percepción de uno mismo, de los demás y del mundo, el modo de comunicar, de aprender, de informarse, de entrar en relación con los demás. Una manera de acercarse a la realidad que suele privilegiar la imagen respecto a la escucha y a la lectura incide en el modo de aprender y en el desarrollo del sentido crítico”. (*Christus Vivit, 86: El Entorno Digital*)

“Un ser humano está hecho de tal manera que no se realiza, no se desarrolla ni puede encontrar su plenitud «si no es en la entrega sincera de sí mismo a los demás” (Fratelli Tutti, 87)

sus carreras. Con el espíritu de Don Bosco y los Salesianos en el corazón de su currículo formativo se empoderará a una nueva generación de creadores globales que entiendan y respeten el poder de los medios y que asciendan a puestos clave en la nueva economía creativa.

Una comunidad Salesiana internacional

Hay Salesianos de todo el mundo interesados en las artes y los medios. Algunos tienen gran talento y experiencia en estos temas. VADB será su comunidad internacional, un lugar donde los Salesianos pueden venir a aprender, a enseñar, a acompañar a otros. Ellos pueden “Asegurar un formación profesional y ética adecuada” (GC27, n. 75), y participar de retiros intensivos sobre los medios, basados en las capacidades y conocimientos existentes. O pueden dar los primeros pasos para entender la creación de contenido en medios, y volver a sus comunidades como misioneros de los medios.

La vida es más que tecnología. Desde el momento de la primera imprenta de Gutenberg la gente se ha encontrado en una lucha entre el valor del mensaje y la velocidad a la que puede ser comunicado. Para que los medios viajen a la velocidad de hoy deben contener mensajes muy simples. Es imposible imaginar algo realmente profundo, inspirador o de impacto que “consiga ser viral”. Un excesivo énfasis en la tecnología tiene a la industria de los medios siempre a la caza de ese tren, llevando a mensajes que son simples y sencillos, bien como entretenimientos superficiales o crecientemente sensacionalistas y/o controvertidos.

Aun así, con el buen uso, esta tecnología puede inspirar unión a escala global. Podría “*hacernos sentir más cercanos unos de otros, creando una sensación de unidad de la familia humana que a cambio puede inspirar solidaridad y esfuerzos serios en asegurar una vida más digna para todos*”(Papa Francisco).

“Cuando el mundo digital se vuelve omnipresente, la influencia puede impedir que las personas aprendan a vivir sabiamente, a pensar profundamente y a amar con generosidad. Es necesario hacer esfuerzos para ayudar a que estos medios se conviertan en fuentes de nuevo progreso cultural para la humanidad y no en una amenaza para nuestras riquezas más profundas.” (Papa Francisco, 2015)

■ Educación sobre medios es la base

Por tanto, ¿Cómo el VADB gestiona la tecnología y la pone al servicio de los “buenos ciudadanos digitales”? La respuesta está en la educación. En este momento la tendencia en educación digital es dar prioridad a la máquina y al software, con sus programas e ideas predefinidas, por encima de la inspiración humana. Los futuros estudiantes de VADB identificarán de lo que es capaz una máquina y permitirán que su programación se convierta en su idea, en lugar de primero desarrollar una idea y posteriormente escoger una máquina que les ayude a hacer esto realidad. Al servicio de la inspiración humana, la tecnología tiene un beneficio inconmensurable.

Se darán pasos prácticos en Village Artistique Don Bosco para afrontar este tema. Se ofrecerán cursos en filosofía de los medios, historia de los medios y estudio crítico de los mismos, como pilar del currículo, haciéndolos obligatorios para todos los estudiantes. Mostrarán la historia de la comunicación humana, los esfuerzos artísticos, y la relación histórica con la espiritualidad. A través del apoyo a los proyectos de los estudiantes, se pretenderá conectar sus habilidades con el sentido de responsabilidad social y moral.

■ Los medios Salesianos pueden dar forma al mundo del futuro

Los *medios* han tenido siempre una influencia poderosa en dar forma a nuestra realidad. Al igual que los *medios* tienen el poder de generar complacencia, indiferencia y aceptación sobre la situación actual, en las manos adecuadas, manos formadas de forma paciente, apasionada y cariñosa de los Salesianos de Don Bosco tendrán el poder de generar cambio. ¡Por favor, uníos a VADB en este viaje!



COMUNICANDO A CRISTO



P. Silvio Roggia SDB
Sector para la Formación

Si observamos el Evangelio en su fuente, que es la vida de Jesús de Nazaret, podríamos decir que su persona, sus medios y su mensaje son la misma realidad. Él es el Evangelio. Esto ya está claro en el primer verso de Marcos, el primero de los Evangelios: “Comienzo del Evangelio de Jesucristo, Hijo de Dios” (Mc 1,1). No es el comienzo de un tratado de teología. Es el principio de Él, que es Evangelio. Todo lo que Él fue y vivió se convierte en el mensaje que Marcos, Mateo, Lucas, Juan, Pablo y millones de otros siguen haciendo suyo y transmitiendo de generación en generación.

Intentemos centrarnos en los MEDIOS, en la forma en que el evangelio se hizo presente y comenzó su camino.

“Con muchas parábolas del mismo tipo les anunciaba la Palabra, según podían entender. Sin parábolas no les hablaba...” (Mc 4:34)

2º - La parábola de la vida real.

La experiencia de las personas contiene las semillas del Reino. El Reino está aquí, en medio de ti. Aprender a reconocerlo y contarlo ya es Evangelio. El escándalo de la Encarnación, contra el que se han rebelado tantas herejías a lo largo de los siglos, nos obliga a creer que Dios ama nuestra vida y se mezcla en ella, incluso en situaciones y sobre todo en rostros que fácilmente habríamos considerado lejanos y ajenos. Así sucede con los centuriones, los leprosos, los publicanos, los pecadores en el pozo de Samaria o a los pies del maestro, los samaritanos... La dirección que toma hoy la vida misionera de la Iglesia en su conjunto, pasando de la misión "ad gentes" a la misión "inter gentes", se dirige precisamente hacia una fe cada vez más profunda en el misterio de la Encarnación y de Pentecostés. Dios habita en nuestra historia, Él está más cerca de nosotros cuando más nos alejamos de Él. "Toda oración auténtica es suscitada por el Espíritu Santo, que está misteriosamente presente en el corazón de cada hombre" (*Redemptoris Missio* 29).

3º - El martirio evangélico.

El martirio es un término que está muy presente incluso antes de la Pascua, y más aún a partir de entonces, para significar todo lo que fue la evangelización en su origen. Es inevitable que pensemos inmediatamente en connotaciones sangrientas y dolorosas, incluso en la pérdida violenta de la vida. Pero esto es como una línea de meta que no tiene sentido si no hay un camino que lleve a ella. Mártir significa ante todo TESTIGO. En el primer capítulo de los Hechos de los Apóstoles, Matías es elegido para sustituir a Judas para que sea un MÁRTIR, un testigo con los otros once de la resurrección, ya que estuvo con ellos "todo el tiempo que el Señor Jesús vivió entre nosotros". (Hechos 1:21) Mártir/testigo: tal vez sea esto lo que mejor expresa lo que significa evangelizar tras las huellas de Cristo Jesús. El evangelio sólo puede ser testimoniado: ser visto a través de la propia experiencia de vida ya impregnada del mismo evangelio. La principal prueba de que así funciona son los santos, que han tocado y cambiado los corazones de tantos compañeros de viaje, inmersos como estaban en historias de vida, épocas y contextos que no eran nada fáciles. El testimonio que surge de la santidad de vida es un arte en el que el evangelizador, sin darse cuenta, se convierte poco a poco en Evangelio.

Todo esto debe aplicarse a la situación actual en la que nos encontramos como cristianos, y por tanto como misioneros, aquí y ahora. El mundo digital, especialmente las redes sociales, es un medio y un lugar donde estamos llamados a estar presentes y a dar testimonio del Evangelio de Jesús. Evangelizar significa formar parte de este Reino que es suyo, que está vivo y actuando, que en definitiva es Él mismo, antes que nosotros, a través de nosotros y a pesar de nosotros mismos, lo será aún más después de nosotros, por los siglos de los siglos.

Él comunica con historias e imágenes que proceden de la experiencia vital de quienes le rodean y lo escuchan: campos, surcos, semillas, redes, barcas, ovejas, pastores que las llevan a hombros tras encontrarlas, amigos inoportunos, fariseos vanidosos, pecadores con los ojos en el suelo, Lázarus mendigos, Epulones ricos insensibles, los que se topan con bandidos, los que se apartan, samaritanos que los cuidan... Estas historias son de la vida cotidiana y, que son verdaderas, no dejan de escucharse y de abrirse paso en todas las culturas en el corazón de las personas después de milenios. Cristo está evangelizando hoy. No ha dejado de hacerlo y nunca dejará de hacerlo. Él está vivo, es "simbólico" a la manera de Dios.

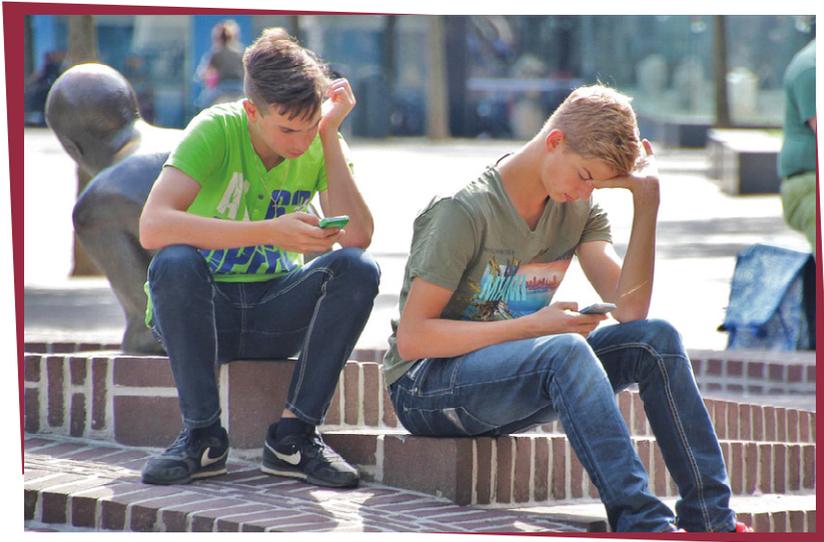
Detengámonos en el que se ha convertido en el símbolo por excelencia: la cruz. ¿Qué podría ser más comunicativo a través de los siglos que su ejecución capital, expuesto desnudo, clavado en aquel patíbulo de esclavos fuera de los muros de Jerusalén? Se suponía que era el infame final de todo y en cambio fue un comienzo que, guste o no, marca inexorablemente la historia a partir de entonces. Si la cruz es el punto culminante, no son menos poderosos esos otros símbolos en los que juntó lo más grande y lo menos nuestro, con el pan y el vino que cada día, en decenas de miles de contextos culturales diferentes, pronunciando en cientos de idiomas sus propias palabras, siguen siendo recibidos como su cuerpo y su sangre. ¿Y cuál es la finalidad de este arte comunicativo que, sin escribir una palabra, no ha dejado de ser comentado a lo largo de los milenios? El objetivo es el que ya figura en el primer versículo de Marcos: "Comienzo del Evangelio de Jesucristo, Hijo de Dios". El propósito es encontrarse con él, como el "bien" que cambia tu vida; es una relación, es un encuentro, es un "cara a cara" que inmediatamente se convierte en un "cara a cara para todos", como lo fue él.

Los que evangelizan en nuestro tiempo pueden intentar seguir sus pasos.

1º - Ser Evangelio, antes de proclamarlo o escribirlo.

Primero deben verlo, tocarlo. En el relato del envío de los doce para la primera experiencia misionera, el anuncio del Reino a la mano es lo que tienen que decir después de haber expulsado a los demonios y curado todas las dolencias y enfermedades (Mt 10). El Reino de Dios se ve y se toca primero. La Palabra no está separada de la vida.

Una anuncio que no parte de la vida es siempre menos convincente, más aún hoy en día, donde la tecnología digital ha hecho que el mensaje sea "tocable", sobre todo con los jóvenes, que ya no se fían de lo que es institucional y viene de arriba: son extremadamente sensibles a la autenticidad entre quien comunica y lo que se quiere transmitir.



LOS AMBIENTES VIRTUALES JUVENILES DE HOY

Nuevas intuiciones para una perspectiva misionera



Juan Carlos Montenegro

Inspección San Francisco (SUO), USA

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 éstas afectan su comportamiento. Sin embargo, nuestra principal misión como educadores-evangelizadores salesianos es la de acercarlos a Cristo y acercarles Cristo a ellos.

Las diferencias generacionales pueden ser un desafío que no nos ayudan 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 edad 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.

Los resultados de la encuesta, puestos al día en septiembre de 2021, están disponibles en inglés clicando sobre este link

<https://es.surveymonkey.com/stories/SM-F5KNPWRJ/>

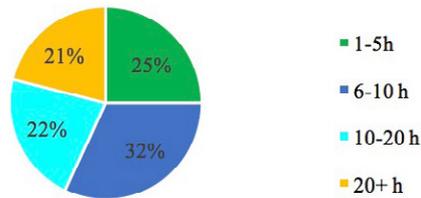


PUNTOS RELEVANTES:

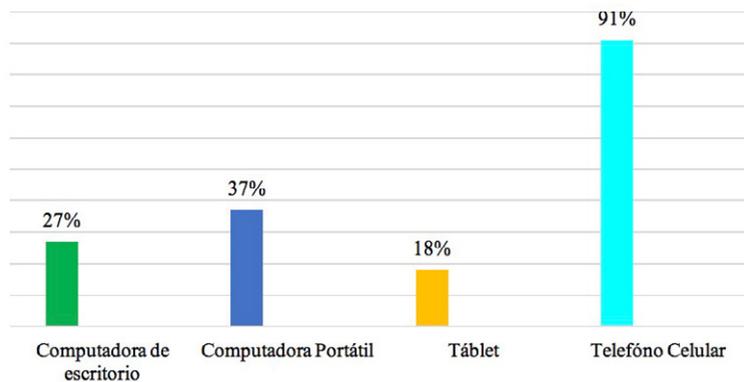
- Es sabido que el aumento del uso de Internet se asocia en los jóvenes a una disminución de la comunicación con los miembros de la familia, a una disminución de la participación en la vida social y a un aumento de la depresión y de la soledad. Estos son temas importantes a tener en cuenta sobre el acompañamiento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

¿Cuántas horas por semana estás conectado a las redes sociales?



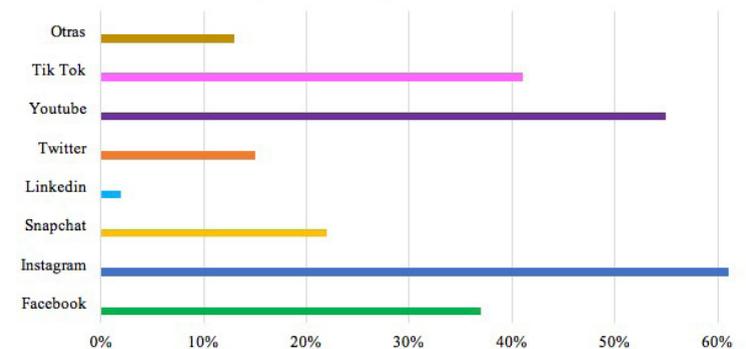
¿De qué manera te conectas a las redes sociales?



- 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 videos y música, juegos, tutoriales, etc. El 88% de los encuestados prefiere el video como tipo de contenido.
- Los jóvenes prefieren WhatsApp (64%), Instagram (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 Instagram para nuestros jóvenes.

¿Cuál es la plataforma social que más usas?

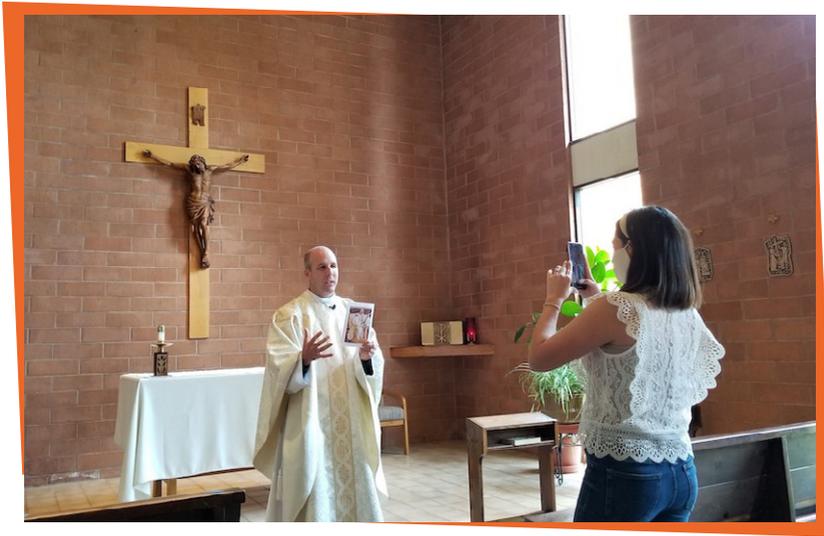


Esta encuesta es una poderosa llamada que nos desafía a los educadores y evangelizadores de jóvenes a estar presentes entre nuestros jóvenes de una manera relevante y significativa en las redes sociales.

La encuesta está abierta y disponible en diversas lenguas: podéis participar hasta junio de 2022 clicando sobre este link: <https://www.surveymonkey.com/r/newplaygrounds?lang=es>.



P. Alejandro Rodríguez SDB



SUSCITAR EL INTERÉS POR JESÚS A TRAVÉS DE TIK TOK

Entrevista al Padre Matt Lowry

P. Matt Lowry es un sacerdote que trabaja en la diócesis de Phoenix en los Estados Unidos de América, y ha sido el encargado pastoral del Holy Trinity Catholic Newman Center durante los últimos 12 años. Su principal misión es la de trabajar con estudiantes universitarios. Los jóvenes han guiado su reciente implicación en las redes sociales: «*Confié en los estudiantes que conocí en el camino para usar diferentes plataformas sociales*». De esta manera, usa las redes sociales como un medio para anunciar el Evangelio, una forma de llegar a las personas que no van a la iglesia. Durante el COVID, se le sugirió estar presente en TikTok, a lo que respondió: «*Decidme qué debo hacer y seguiré vuestras ideas con mi sensibilidad*». La cuenta de TikTok se creó a partir de ese momento, y ahora hay más de 146.000 seguidores y más de 3 millones de likes 'me gusta' (<https://www.tiktok.com/@catholic.jacks>).

«*Tenemos lo mejor del planeta, la alegría del Señor, compartámosla con el mundo*» - esto está en línea con la Espiritualidad Juvenil Salesiana - don Matt ha encontrado una manera creativa de hacer esto con todo el mundo, literalmente.

¿Y el «miedo» de estar en las redes sociales? «*Tengo miedo de poder hacer algo que pueda dañar el Evangelio o herir a la gente*». Este es el riesgo de estar ahí fuera en estos nuevos patios. Es algo diferente, algo nuevo, pero estamos llamados a acompañar a nuestros jóvenes allá donde estén. «*Al final, no se trata, en absoluto, de mí; el creativo es el Espíritu Santo. Se trata de apoyarse en Dios y decir: Dios, ésta es tu obra*».

El mundo digital es tan extraño para muchos adultos que no tenemos muchos datos sobre los beneficios de estar presentes. Muchos jóvenes en condiciones normales se sienten desconectados de la Iglesia y de Dios. A través de las redes sociales se sienten conectados, quieren poder unirse y están agradecidos cuando estamos allí con ellos. Las redes sociales les dan la oportunidad de expresar cómo se sienten, y esto puede generar una cierta curación.

Como elemento de nuestra misión, las redes sociales han ayudado a don Matt a «*llegar a estudiantes a los que nunca se podría haber llegado de otra manera*». Cuando somos creativos, los jóvenes de la Iglesia miran nuestros canales sociales, pero también hay personas de diferentes religiones que están abiertas a escuchar lo que tenemos que decir. Una vez un joven le dijo a don Matt: «*Soy ateo, pero has dicho cosas correctas*». Estos son algunos de los regalos que podemos encontrar en las redes sociales: no solo evangelizamos a nuestros jóvenes, podemos evangelizar a cualquier joven y a todos los que nunca vienen a nuestras iglesias.

Algunas recomendaciones a tener en cuenta en estos nuevos patios mediáticos:

1. Busque al Señor y pídele los consejos adecuados para prepararte a entrar en estos nuevos patios.
2. Crea un equipo con una mezcla de personalidades que te ayudará a estar presente en las redes sociales: recuerda, los jóvenes son expertos en este campo.
3. ¡Hazlo y adelante! No esperes a ser un experto, lánzate.

En sus pensamientos finales, don Matt comparte que las redes sociales lo han desafiado a estar más atento a la realidad de los jóvenes y le han ayudado a compartir el amor de Dios escuchando y respondiendo con el Evangelio del Señor.

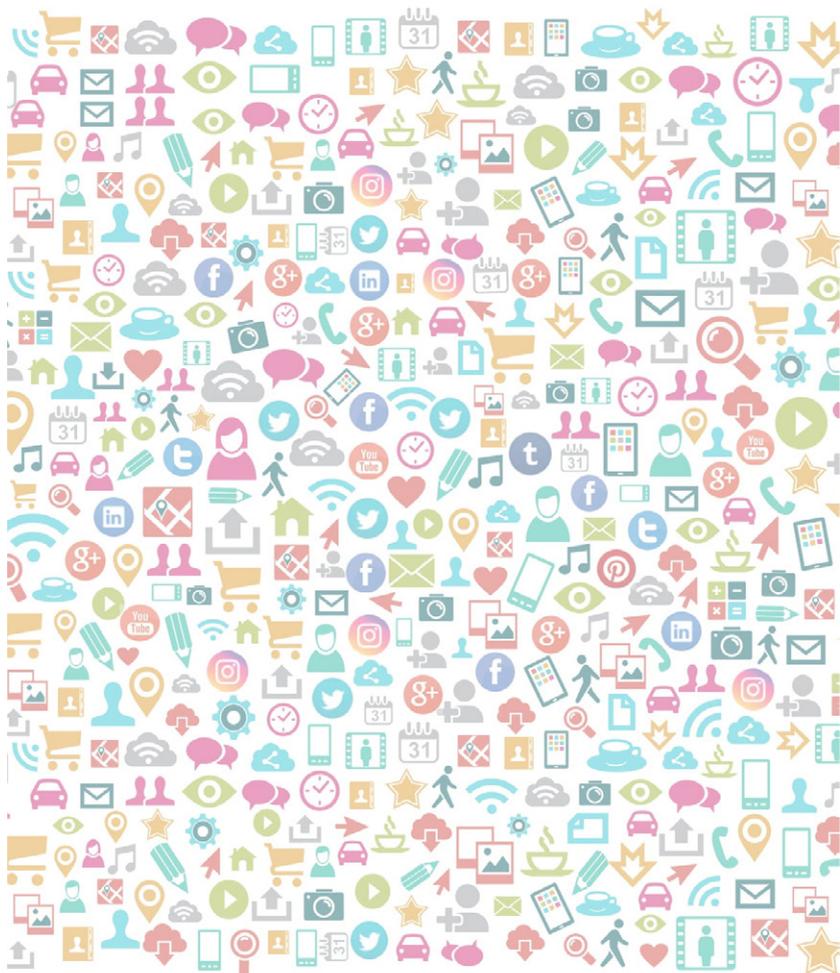
¿Cómo te reta este artículo a entrar en estos nuevos patios?



Per ver la entrevista completa en inglés escanea este código QR

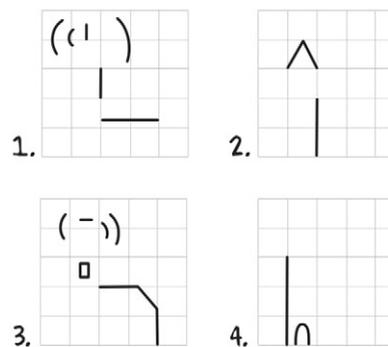
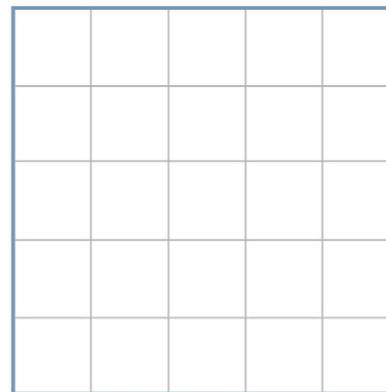
¿Quién te espera allí?

Ennegrezca los iconos que representan la red social.



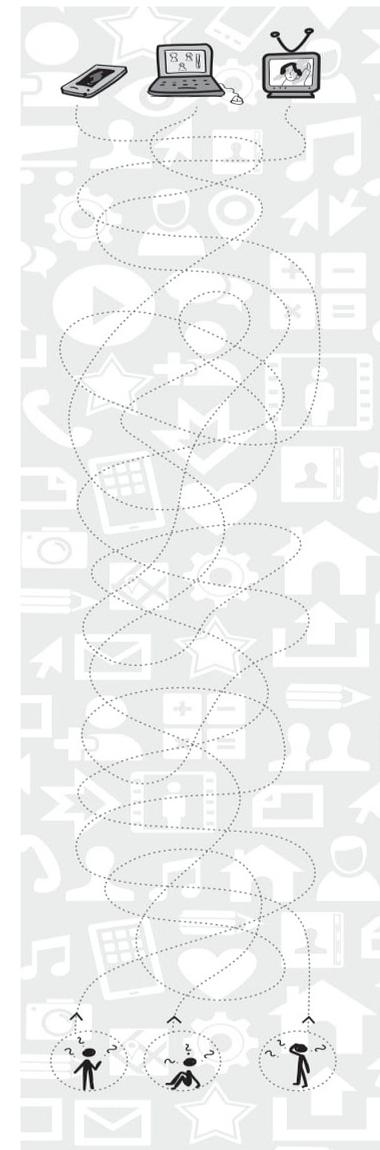
Tenemos señal.....

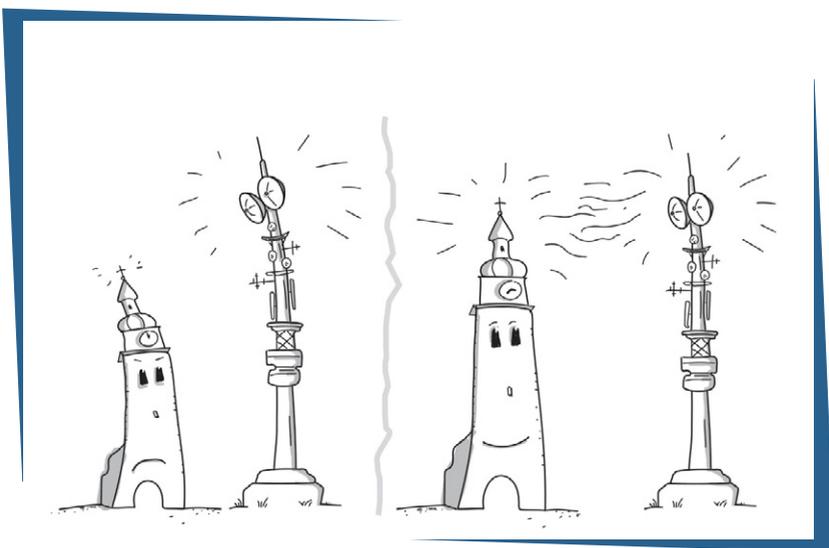
Dibuja en la cuadrícula vacía los trazos que se muestran en las cuatro cuadrículas pequeñas de abajo.



y estamos en contacto

Asocia una herramienta tecnológica a cada persona.





LOS PATIOS DE HOY: LA PALABRA A LOS CONSEJEROS

El tema de la JMS de este año “Comunicar a Cristo hoy” toca tres sectores salesianos que buscan cada vez más trabajar de forma conjunta, respetando la perspectiva específica de cada uno – Misiones, Comunicación Social y Pastoral Juvenil. Por este motivo os presentamos una entrevista con los tres consejeros.

P. Alfred Maravilla – Consejero para las Misiones (AM)
 P. Gildasio dos Santos – Consejero para la Comunicación Social (GS)
 P. Miguel Angel García Morcuende – Consejero para la Pastoral Juvenil (MG)

Queridos hermanos, respeto a las tres palabras que conforma el lema de esta JMS querriamos antes de nada haceros una pregunta sobre el **comunicar**. Todos comunicamos, todos tenemos necesidad de comunicar. Según vuestras experiencias, **¿qué cuestión es la más olvidada en nuestra comunicación** – educadores, animadores, salesianos – con los jóvenes?

GS - Los jóvenes tienen un código lingüístico para interpretar su vida y la realidad. Uno de nuestros grandes retos es el de entrar en este código de forma amistosa e interactiva. El código del lenguaje juvenil hace pasar por sus corazones sentimientos, afectos, deseos de relación y de confianza. Amar a los jóvenes en nombre de Dios es entrar en su vida para realizar un recorrido de fe y de vida cristiana.

MG El tema de la comunicación es muy delicado porque a menudo se corre el riesgo de hablar de “retos”, que, aunque estén presentes, en lugar de entrar en el tema de posibilidades operativas concretas. Esto es porque nuestros jóvenes ya están “allí”, invierten su tiempo, viven conectados a través de la tecnología que llevan consigo. Todo esto genera cuestiones primordiales para la pastoral juvenil, que nos llevan a realizar ciertos re-pensamientos.

AM - La comunicación implica directamente diversos componentes que es necesario considerar seriamente: antes que nada el *emisor* que codifica el *mensaje* escogiendo el mejor *canal* a través del cual el mensaje se transmite – como las redes sociales, el periódico, etc – del emisor al destinatario. El *destinatario*, a su vez, analiza el mensaje en su contexto y lo interpreta, tanto de maneras deseadas como no deseadas por el emisor. En conclusión, el *feedback* indica si el mensaje ha sido bien recibido e interpretado o no.

El segundo término del lema es “**Cristo**”. Muchos jóvenes buscan acercarse a Cristo o profundizar su relación personal con El, pero dicen que **la Iglesia no les ayuda mucho** en esto, incluso más bien al contrario. ¿Qué les aconsejaríais?

GS - Jesucristo nos enseña que proclamar la Buena Noticia es caminar juntos, hacer un proceso de cambio de mentalidad, de estar abiertos a lo nuevo, aprender, profundizar e implicar. La Iglesia nos enseña a través de la historia que evangelizar requiere cercanía, caminar juntos. Cuánto más cercanos seamos a los jóvenes, más caminaremos con ellos, haciendo el camino de Emaús hoy; **más podremos descubrir juntos** cómo vivir la fe en la Iglesia con compromiso y alegría.

MG - Si desde la pastoral juvenil, por una parte, tenemos en mente pasar de los “contenidos” a las “personas”, por otra parte, nos damos cuenta que en la praxis, muchas veces, no sabemos qué es lo esencial para la fe. Recuperar el contenido del Evangelio, Jesucristo, es justo lo que tenemos que hacer con los jóvenes. Como educadores – pastores es necesario preguntarse, si cada uno de nosotros tiene algo que ofrecer y si el propio testimonio de fe puede provocar atracción y servir de reclamo. Lo que buscan los jóvenes son relaciones, amistad, complicidad, protagonismo, libertad, intimidad, preocupación, información, alivio, pertenencia, apoyo, sentimientos, cercanía. La propuesta educativo-pastoral salesiana, ¿no tiene algo que se conecta a todo esto?

AM - Jesucristo no es una doctrina en la que creer sino una persona a la que encontrar. Por ello anunciarlo significa asegurar que cada una de nuestras actividades favorece una experiencia abrumadora y estimulante de Jesús capaz de suscitar un interés en su persona que conduce a una adhesión inicial a El, o a la revitalización de la fe en El. Sin la preocupación de favorecer este primer anuncio, cualquier iniciativa de evangelizar resultará estéril porque el primer anuncio es esa chispa que nos lleva a la conversión e inicia el proceso de evangelización.

La palabra "**hoy**" nos lleva a reflexionar sobre cómo hacer para no estar encerrados en las formas del pasado que no tienen ya la capacidad de llegar a la gente de hoy, sobre todo a los jóvenes. ¿Qué nos puede ayudar a seguir y utilizar bien las tendencias actuales y por otra parte, no limitarnos a buscar formas mejores?

GS - Don Bosco ha vivido el modo de educar y evangelizar partiendo de la pedagogía del corazón del buen pastor que acoge y ama en nombre de Dios. Me gusta la expresión de Don Bosco: profundamente humano, profundamente santo. Cada metodología pastoral tiene como centro el ejemplo del Buen Samaritano. El amor testimoniado en el servicio a los demás, especialmente hacia los más pobres y a los que sufren, genera siempre mensajes nuevos y actuales. El contenido de cualquier mensaje pasa por este modo de amar y servir.

MG - Con las redes sociales se ha creado un verdadero continente habitado, con vocación de ser un lugar común y público. Si la pastoral juvenil no tiene en este espacio, entonces será responsable de su ausencia. Tenemos la obligación de reposicionarnos y, por tanto, escoger cómo actuar. Nadie viviría el digitalismo si no cogiese de él algunos puntos de crecimiento, ya sea para sí mismo o para las relaciones significativas que vive. Y es por esto que los jóvenes están siempre buscando un espacio virtual, a menudo en forma de imágenes y frases breves a tal efecto. De cualquier forma, la necesidad sigue siendo la de sentirse parte de algo, una parte importante de un todo.

AM - Hoy las redes sociales forman parte de nuestra vida. Nos permiten comunicar con miles de personas con un clic. Por esto, el reto de todo creyente, de todo educador salesiano, es el de utilizar las redes sociales ofreciendo a los jóvenes contenidos que le ayuden de alguna forma a encontrar personalmente a Jesús. Nuestra cultura actual fluida busca algún punto de estabilidad que ayude a dar sentido allá donde nada es considerado permanente. Hoy las redes sociales nos ofrecen una oportunidad única para afrontar cuestiones vinculadas con la virtud, las relaciones y la fe en Jesucristo. ¡Aprovechemos esta oportunidad!



LECTIO DIVINA: COMUNICAR A CRISTO HOY



P. Fabio Pasqualetti SDB

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social
Università Pontificia Salesiana - Roma

La preocupación de muchos cristianos hoy es cómo anunciar a Cristo en un mundo que vive sin Dios, altamente tecnológico y científicamente distante de cualquier tipo de discurso teológico y espiritual. En la pastoral y en la catequesis aumenta el nerviosismo cuando se debe entender qué lenguajes usar con las nuevas generaciones, qué proponerles para que se sientan atraídas por la figura de Cristo. Desde que las redes sociales dominan las relaciones humanas, el razonamiento que se hace a menudo es el siguiente: si los jóvenes están en las redes, es allí donde se debe estar presente. Esta lógica, plausible, sin embargo no resuelve ningún problema. Por ejemplo, una vez que se está en las redes sociales con un buen perfil, ¿a quién se habla? ¿Qué se debe decir que merezca su atención? ¿Qué cambia en nuestra vida y en la de los demás? ¿Puede haber anuncio cristiano sin una novedad en la vida? Y ¿en qué consiste esta novedad de vida?

Dejémosnos inspirar de este pasaje de Pablo a los Romanos.

Romanos 12:9-21, **El amor sin hipocresía:**

- 9 El amor debe ser sincero. Aborrezcan el mal; aférrense al bien.
- 10 Ámense los unos a los otros con amor fraternal, respetándose y honrándose mutuamente.
- 11 Nunca dejen de ser diligentes; antes bien, sirvan al Señor con el fervor que da el Espíritu.
- 12 Alégrense en la esperanza, muestren paciencia en el sufrimiento, perseveren en la oración.
- 13 Ayuden a los hermanos necesitados. Practiquen la hospitalidad.
- 14 Bendigan a quienes los persigan; bendigan y no maldigan.
- 15 Alégrense con los que están alegres; lloren con los que lloran.
- 16 Vivan en armonía los unos con los otros. No sean arrogantes, sino háganse solidarios con los humildes. No se crean los únicos que saben.
- 17 No paguen a nadie mal por mal. Procuren hacer lo bueno delante de todos.
- 18 Si es posible, y en cuanto dependa de ustedes, vivan en paz con todos.
- 19 No tomen venganza, hermanos míos, sino dejen el castigo en las manos de Dios, porque está escrito: «Mía es la venganza; yo pagaré», dice el Señor.
- 20 Antes bien, «Si tu enemigo tiene hambre, dale de comer; si tiene sed, dale de beber. Actuando así, harás que se avergüence de su conducta».
- 21 No te dejes vencer por el mal; al contrario, vence el mal con el bien.

Comunicamos no sólo lo que sabemos, sino sobre todo lo que somos. Y mientras lo que sabemos puede ser culto y sublime como la literatura, el arte, la ciencia, etc., lo que somos es más creíble que lo que decimos. En otras palabras, el verdadero anuncio es nuestro comportamiento y no nuestra palabra. **Por sus frutos les conoceréis (Mt 7,16).**

Comunicar a Cristo sin vivir en su Espíritu no sirve para nada, genera sólo indignación. Lo hemos aprendido dolorosamente con el escándalo de la pedofilia, pero los escándalos no sólo afectan a la esfera sexual, sino también a la de la economía, el poder, la justicia, el respeto al medioambiente y toda cuestión que va contra la dignidad de la persona, sobre todo de los más indefensos.

No he escogido por azar este pasaje que empiezo con **“Amor sin hipocresía”**. En el diccionario italiano Treccani, *online*, la hipocresía se define como: «Simulación de la virtud, de devoción religiosa, y en general de buenos sentimientos, de buenas cualidades y disposiciones, para ganarse la simpatía

o los favores de una o más personas, engañándolas.» Las invectivas de Jesús contra los fariseos, contenidas en el pasaje de Mateo 23:23-39, empiezan siempre con **Ay de vosotros, escribas y fariseos hipócritas.**

Si la esencia del mensaje de Jesús es que Dios es amor y que para amarlo es necesario saber amar a quién está a nuestro lado, este amor debe ser sin hipocresía.

Bastaría tomarnos en serio la primera frase de Pablo, para cambiar nuestra existencia.

En el mundo de las redes sociales, dominado por las reglas del beneficio, la hipocresía es la regla del juego. Si piensas en cuántos perfiles se hacen para gustar a los demás, para ser “socialmente aceptados”, para recibir más *likes*, para mostrar lo que a menudo no se es.

Hablando a algunos educadores de la ciudad de Buenos Aires en los años 90, años de crisis social y política, el entonces cardenal Jorge Mario Bergoglio les retaba diciéndoles:

En una sociedad donde la mentira, el subterfugio y la hipocresía nos han hecho perder esa confianza básica que nos permite establecer vínculos sociales, ¿qué novedad es más revolucionaria que la verdad? Hablar con la verdad, decir la verdad, exponer nuestros principios, nuestros valores, nuestras opiniones. Si de inmediato nos obligamos a evitar cualquier tipo de mentira o expediente, también seremos, en consecuencia, más responsables y aún más caritativos. La mentira lo nubla todo, la verdad en cambio pone de manifiesto lo que habita en los corazones. [...] Digamos siempre la verdad y partiendo de nuestra posición. Les aseguro que el cambio será visible: algo nuevo nacerá dentro de nuestra comunidad.

Un proceso educativo no puede prescindir de educar en la justicia y la verdad. Estas dos dimensiones se realizan con la práctica.

El anuncio cristiano está hecho de gestos, prodigios y signos, y también Jesús cuando usa las parábolas, son dispositivos narrativos para hacer posicionarse a quién le escucha: con Jesús no se puede permanecer indiferente. Pero para llegar a la sabiduría de Jesús es necesario primero vivir en profundidad su mensaje. No es por azar que justo después de la afirmación que **« el amor sea sin hipocresía »**, Pablo les exhorte diciendo: **Aborrezcan el mal; aférrense al bien.** Intentemos declinar este pasaje en nuestras actividades de cada día,

también en las redes sociales. ¿Cómo se hace para aborrecer el mal y practicar el bien cada día?

El reto es convertirnos en una imagen de Dios encarnada en el presente, el punto de partida es mirar a Jesús, no para, no para imitarlo, sino para captar aquellos aspectos que lo caracterizan como hijo de Dios y tratar de hacerlos nuestros. El Papa Francisco en la encíclica *Fratelli tutti*, en el n. 48, subraya la importancia de la escucha como paradigma de la acogida:

El sentarse a escuchar al otro, característico de un encuentro humano, es un paradigma de actitud receptiva, de quien supera el narcisismo y recibe al otro, le presta atención, lo acoge en el propio círculo. Pero «el mundo de hoy es en su mayoría un mundo sordo. [...] A veces la velocidad del mundo moderno, lo frenético nos impide escuchar bien lo que dice la otra persona. Y cuando está a la mitad de su diálogo, ya lo interrumpimos y le queremos contestar cuando todavía no terminó de decir. No hay que perder la capacidad de escucha»

Bendigan a quienes los persigan; bendigan y no maldigan. El amor al enemigo va contra nuestro instinto. A quien nos hace daño, no somos capaz de amarlo y menos aún de bendecirlo. Pablo pregunta, más incluso que por el amor al enemigo, por la bendición de aquellos que nos persiguen. ¿No es pasarse un poco? ¡¡¡NO!!! Si quieres anunciar a Cristo no es demasiado, es el fundamento del amor.

Ejercicio práctico: versículo a versículo, declina el pasaje de Pablo y los comportamientos que debes asumir en tu vida. Intenta ejercitarte cada día: verás que tu comunicación no tendrá necesidad de tantas palabras, ni de tantas imágenes, porque tú serás la Palabra encarnada y la imagen de Cristo hoy. Las narraciones en las redes sociales, déjaselas hacer a otros... sé una buena noticia para quién encuentras cada día.



VIVIR EN LAS REDES SOCIALES

Reflexiones para una comunicación salesiana eficaz



Angelo Mereghetti SDB
Salesianos T.Gerini - Roma

« Actuamos en el sector de la comunicación social. Es un campo de acción significativo, que figura entre las prioridades apostólicas de la misión salesiana. Nuestro Fundador intuyó el valor de esta escuela de masas, que crea cultura y difunde modelos de vida, y, para defender y sostener la fe del pueblo, acometió empresas apostólicas originales.

Siguiendo su ejemplo, aprovechamos como dones de Dios las grandes posibilidades que la comunicación social nos ofrece para la educación y la evangelización»

Con estas palabras, las Constituciones Salesianas, art. 43, nos recuerdan el carácter esencial de la Comunicación Social para nuestro carisma, por lo que en esta breve reflexión no querría ir demasiado lejos y empezaré desde ellas

para encontrar algunas atenciones *salesianas* a tener en cuenta cuando se tiene relación con la comunicación y las redes sociales.

1. Prioridad apostólica:

Si la comunicación es una prioridad de nuestra misión, no se puede continuar pensando en ella como “un apéndice de nuestras actividades o de una de las “fases” de la pastoral, es necesario darle su justo espacio. El problema reside, precisamente, ¿en cómo darle esta importancia al interno de nuestra acción educativa? Aunque si no es fácil, la solución es una sola: es necesario hacer la opción de dedicar **tiempo y personas** a este sector de nuestra misión, hoy más que nunca, es necesario crear equipos que sigan toda la dimensión de la comunicación. Todo esto porque la comunicación en las redes sociales requiere una atención inmediata y continuada que no puede ser relagada a pocas horas semanales o, peor aún, a “cuando se tenga tiempo”.

2. Escuela de masas:

Don Bosco nos enseña cómo los instrumentos de comunicación tienen el poder de llegar a personas diversas en lugares y contextos completamente diferentes; hoy, esta atención, debe estar presente en nuestras reflexiones, para hacer algo que es necesario, antes de compartir cualquier contenido debemos tener claro estos dos parámetros: el **grupo objetivo** a quién se quiere hacer llegar el mensaje, y, en consecuencia, **el lugar** más adecuado para hacerlo. A través de este discernimiento se puede llegar a tener claro que no todas las redes sociales son iguales, por lo que cada una de ellas debe ser usada con astucia y en conexión con las demás.

3. Crear cultura:

El primer fin de la comunicación es el de crear cultura, a menudo nos olvidamos, que no podemos usar las redes sociales como “carteleras” digitales, en las que compartir una serie de actividades, eventos y su desarrollo, no sería justo para nuestra misión; hoy los jóvenes construyen en las redes sociales la base de su persona. Basta pensar que en ellas se informan, a menudo se convierten en “followers” de personas de los que extraen las **respuestas** a sus **preguntas**: todo esto porque están en búsqueda, como siempre lo han estado, en otros lugares, pero hoy han cambiado el lugar donde encontrar las respuestas; es por esto que no podemos no estar presentes en esta red haciéndonos promotores de la cultura que viene del Evangelio. Esto será posible solo poniendo en práctica esta máxima de Don Bosco “*amad lo que aman los jóvenes, para que ellos amen lo que vosotros amáis*”, nosotros podemos hablar del mundo de Dios a través de

aquellos que aman a los jóvenes, tenemos las competencias necesarias. Es cada vez más necesaria una pastoral cultural dentro de las redes sociales, porque si no somos nosotros los que demos respuestas a los jóvenes serán otros quienes lo hagan, pero esto no nos dará la serenidad de verles “*felices en el tiempo y en la eternidad*”.

4. Difundir modelos:

Este es el punto sobre el que se basa nuestra “pastoral digital”, compartir personas, historias, hechos, esto es uno de los puntos sobre el que se juega gran parte de nuestra **credibilidad** y de la nuestro precioso testimonio en las redes sociales, recordándonos que éstas nacen para poner en red a personas y sus historias, por lo que no hay necesidad de grandes dotes técnicas o de grandes recursos económicos para hacer una buena pastoral en las redes sociales, aunque sí se necesitan personas que estén detrás y dentro de estas realidades digitales, que compartan sus emociones y sus experiencias. En estas realidades, los jóvenes tienen el anhelo de encontrar personas concretas no “cuentos” o ficciones, por lo que es necesario que nuestra presencia esté hecha de personas (jóvenes) para otras personas (jóvenes).

Sugerencias prácticas:

- **Personas:** crea un equipo que tenga como objetivo estar dentro de la comunicación. De hecho, las redes sociales son un verdadero campo pastoral, y como otros, requiere reflexión, tiempo, compromiso y mucho más, para hacer lo necesario para encontrar el justo equilibrio entre adultos y jóvenes.
- **Tiempo:** las redes sociales, por su forma de ser, requieren un intercambio casi “instantáneo”, lo que comportará tiempo dedicado a ello y una buena redistribución de las tareas al interno del equipo, necesario para no perder el criterio de la “inmediatez”.
- **Costancia:** las redes sociales tienen la gran capacidad de construir comunidad que, como nuestras comunidades, tienen necesidad de personas que vivan y que estas personas estén “vivas”, que hagan cosas. Una página de una red social necesita una implicación constante de la propia comunidad a través de contenidos constantes.
- **Grupo Objetivo:** “¿a quién está dirigido este mensaje?” Esta es la pregunta que hay que hacerse antes de cualquier publicación, la que nos permite deliberar bien el lugar de la publicación y a continuación la mejor modalidad
- **Lugar:** de inmediato, tras la pregunta sobre los destinatarios, es necesario preguntarse “¿qué red social es mejor para esto?” Una vez

definido el grupo objetivo será necesario entender en qué lugar tendrá más impacto compartir nuestro contenido

- **Contenidos:** es necesario hoy, como nos recuerda el sínodo de los jóvenes, partir de las preguntas que se hacen los jóvenes, intentemos entender a través de ellos de qué contenidos desean escuchar hablar y en cuáles quieren debatir
- **Calidad:** da un contenido verdadero, no digas cosas que creas que sean falsas o para las que no tienes pruebas suficientes, cada post además debe respetar las reglas de la red social en la que se publica (formato, gráfica, lenguaje).
- **Modo:** sé claro, evita la ambigüedad y las expresiones oscuras, sé conciso y ordenado, que el mensaje que que quieras enviar sea fácilmente comprensible; enseñárselo a alguien antes de compartirlo podría ser una idea estupenda.
- **Red:** las redes sociales funcionan en el momento en que se trabaja en red, es necesario estructurar bien nuestra entrada en el seno de esta red, porque sino el riesgo es de quedarnos atrapados; funcionalmente sería necesario reflexionar bien en qué red social se entra para calcular bien las fuerzas para llevarlo adelante.

PROPUESTA

Intenta poner en práctica estas sugerencias en un trabajo coordinado entre los delegados de Animación Misionera y Comunicación Social.

- Ponte el objetivo de ayudar a los jóvenes a tomar conciencia del potencial evangelizador de las redes sociales, manteniendo el estilo salesiano.
- Comprueba si a nivel local e Inspectorial se siguen los sencillos puntos que se enumeraron para una comunicación eficaz y qué elementos serán necesarios para crecer y mejorar.
- Puedes lanzar un reto creativo en TikTok en el que los chicos puedan expresarse a través de un video o de un baile, o en Instagram con la mejor foto relacionada con el tema "Comunicar a Cristo hoy" o con el tema que tú elijas.
- Cada casa salesiana de la Inspectoría podría participar involucrando a equipos de jóvenes en un concurso promovido en las redes sociales.
- Las ideas son infinitas... implicate, como individuo y como comunidad, y verás que el mundo digital puede ser un terreno fértil para dar testimonio de fe y evangelizar.



ANS: LA COMUNICACIÓN AL SERVICIO DE LA EDUCACIÓN Y DE LA EVANGELIZACIÓN



Gian Francesco Romano

Sector para la Comunicación Social/ANS

En muchas ocasiones, en varios lugares del mundo, el Rector Mayor, el P. Ángel Fernández Artime, ha subrayado un principio fundamental para toda la Congregación y la Familia Salesiana: por el bien de los jóvenes es importante hacer saber las cosas buenas que se están realizando en nombre de Don Bosco. Es por esta razón que existe ANS (Agencia iNfo Salesiana), periódico semanal telemático, órgano de comunicación de la Congregación Salesiana.

“ANS” – con el significado de “Agencia de Noticias Salesianas”- nace en el 1956, pero en verdad es hija de una iniciativa precedente, desarrollada dentro de la Congregación, la “AMS” – Agencia Misionera Salesiana – fundada en el 1950 por voluntad del entonces Rector Mayor, el P. Renato Ziggotti. El objetivo de aquella Agencia, cuya finalidad “misionera” ya estaba expresada en el mismo nombre, era el de “enviar a diferentes Agencias de información, a periódicos y revistas de varias naciones, las más interesantes noticias misioneras salesianas”, de “completar las noticias misioneras del Boletín Salesiano” y de proporcionar “material abundante de estudio, a los círculos de las distintas Compañías de nuestras Casas” (Actas del Capítulo Superior de diciembre del 1952).

En los decenios siguientes ANS ha cambiado completamente, porque todo su entorno también cambiaba: han cambiado muchas veces los acrónimos que le han dado el nombre, las sedes (de Turín a Roma- Pisana y hoy al “Sagrado Corazón”, en el centro de la Ciudad Eterna) y, obviamente, la modalidad de la comunicación: el formar una red es del 2000, mientras que la presencia sobre las redes sociales han iniciado en el 2009 y se ha ido progresivamente ensanchando, llegando hoy a abrazar los patios digitales de YouTube, Twitter, Flickr, Facebook e Instagram.

Propio por ser expresión e instrumento de información de la Congregación, es que ha alcanzado una dimensión mundial, ANS publica sus noticias sobre su propio sitio (www.infoans.org) en seis lenguas, colabora en la producción de videos en muchos más idiomas (para las rúbricas como, por ejemplo, “Cari Confratelli”) y se vale del trabajo, además del grupo de la redacción central, también de una red de traductores, corresponsales y colaboradores presentes en todos los continentes.

Hoy ANS persigue un estilo comunicativo que respeta los parámetros profesionales del periodismo moderno, en grado de poder dialogar con todos; pero no renuncia a adoptar **“una mirada salesiana sobre el mundo”**, para narrar y sostener la educación y la evangelización de los jóvenes, para presentar aquella realidad que no siempre se cuelga en los medios mainstream, para transmitir mensajes de esperanza y de compromiso y así contribuir a la edificación de una sociedad más en línea con las enseñanzas del Evangelio.

La comunicación de ANS, en esta óptica, se realiza en primer lugar en la transmisión desde el centro hacia la periferia, de las palabras, de las

orientaciones, de las indicaciones y de los ejemplos que vienen desde el Rector Mayor, el Sucesor de Don Bosco, y de parte de sus primeros colaboradores, los miembros del Consejo General.

Al mismo tiempo, consciente que la comunicación hoy no es más unidireccional, ANS lanza **“una mirada sobre el mundo salesiano”** -mucho más allá de la misma realidad de la Congregación, porque Don Bosco es patrimonio de la humanidad – y desde allí recoge y relanza las voces que se alzan in todas las periferias, geográficas y existenciales, del mundo. Las iniciativas en pro de la educación de los menores, las innumerables formas de apostolado, los testimonios de los misioneros, el trabajo que se realiza a favor de todos los necesitados, la atención dirigida al cuidado de la Creación, los buenos ejemplos que llegan de muchos jóvenes...vienen transmitidos a través del universo digital para que puedan ser conocidos por todos y puedan ser un modelo para muchos.

Con el trabajo de información para y sobre la Congregación y la Familia Salesiana, **ANS, recoge y actualiza las indicaciones de Don Bosco sobre la “buena prensa”**, para colaborar en la misión de los Hijos de Don Bosco en favor de la salvación de los jóvenes.

A quien pide si tenemos necesidad de un “Reuters” salesiano, José Luis Muñoz, ex director de ANS (2014-2021), responde que sí, pensando en ANS como si fuera una ventana de la Congregación. Se trata de hacer visible la Congregación, sobre todo, en su misión evangelizadora en el mundo. El aporte de la publicación de las noticias salesianas se encuentra en la diversidad y en la corresponsabilidad de la misión entre los salesianos, laicos y los jóvenes. El conjunto de estos tres actores crea una dinámica siempre nueva y original. Ciertamente el Papa Francisco suscita mucho interés: cada vez que el Papa se refiere a los salesianos o a Don Bosco se evidencia el número de personas que comparten con otros los artículos de ANS. Él habla a los salesianos con mucho entusiasmo y siempre nos anima a ir más allá. Este entusiasmo nos ayuda a experimentar la fuerza de nuestra comunión con el gran movimiento de la Iglesia universal. También las noticias sobre las misiones son de gran interés para los lectores de ANS; sobre todo los testimonios personales presentados desde una realidad variada y muy difícil, donde el Evangelio se hace vida. También en los lugares donde somos una minoría cristiana, nuestros estudiantes y oratorianos que pertenecen a otras religiones aprecian mucho a los salesianos y aman a Don Bosco. Es un signo maravilloso de la gran potencia del carisma salesiano.



LOS MILENNIALS Y LA GENERACIÓN Z HOY



P. Alfred Maravilla SDB
Consejero para las Misiones

Cualquier intento de comunicar a Cristo hoy en día comienza con la comprensión de la mentalidad de la generación joven de hoy. La comunicación involucra a distintas partes a las cuales debemos considerar seriamente: 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.

Los *emisores* son los pastores-educadores salesianos y animadores juveniles. Los *receptores* son los jóvenes y adultos jóvenes de hoy que son principalmente millennials y de la Generación Z.

Los **millennials** actuales tienen entre 21 y 42 años. Aprendieron a utilizar la tecnología y se hicieron dependientes de ella a una edad más temprana que las generaciones anteriores: los más jóvenes no podrían ni siquiera imaginar la vida sin los smartphones e Internet. Los millennials quieren ser tenidos en cuenta teniendo la oportunidad de compartir sus pensamientos, ya que les gusta compartir ideas y elegir la mejor. Quieren que su fe se integre de forma holística en sus vidas, incluso en el ámbito de la tecnología. Los millennials 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. Se centran en el “ahora” pero tienden a ser idealistas.

Los integrantes de la **Generación Z** son aquellos que tienen 22 años o menos. 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. Siempre están conectados; el offline ya no existe para ellos. 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 comprometedoras desaparece casi al instante. Con una gran cantidad de información a su disposición, son más pragmáticos y menos idealistas que los millennials. 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 fe debe presentarse a los millennials 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. Se trata de favorecer una experiencia sobrecogedora y emocionante capaz de suscitar un interés por la persona de Jesús. Sin el primer anuncio que lleva a una opción personal por Cristo, cualquier esfuerzo de evangelización será estéril. El primer anuncio es el fundamento de la nueva evangelización. Entonces, el desafío para cada pastor-educador salesiano, para cada animador juvenil, es ayudar a los propios millennials y a la Generación Z a crear contenidos basados en la fe en las redes sociales que despierten el interés por conocer a la persona de Jesucristo entre sus compañeros. En realidad, hoy las redes sociales son una plataforma privilegiada para comunicar a Cristo a los jóvenes. ¡Depende de cada uno de nosotros utilizarlos con creatividad misionera!

#SETTOREPERLEMISSIONISALESIANE



FACEBOOK

V Settore per le Missioni Salesiane
<https://www.facebook.com/missionisalesiane>



INSTAGRAM

@missionisalesiane
<https://www.instagram.com/missionisalesiane/>

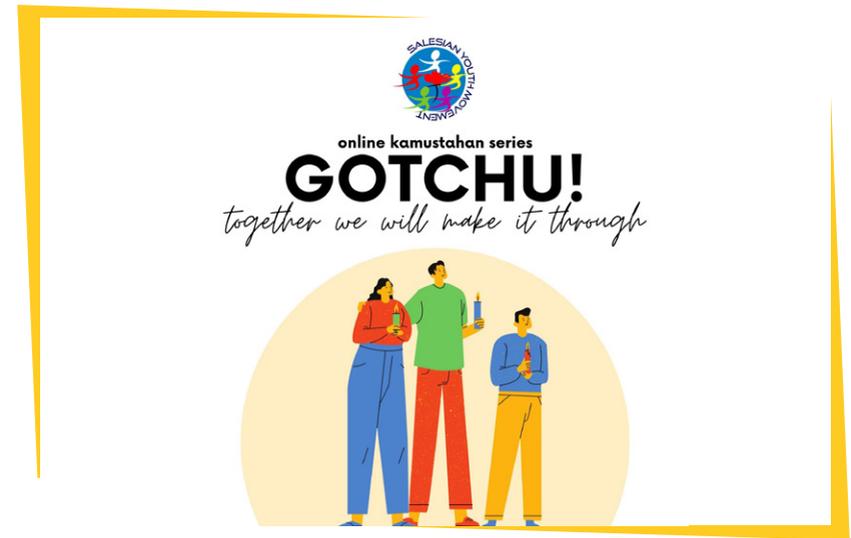


YOUTUBE

Settore per le Missioni Salesiane
https://www.youtube.com/channel/UC51lt_a50BC-pzDYj-ARhgA



correo electrónico:
cagliero11@sdb.org



MJS: EVANGELIZACIÓN A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES



Janine Nicole Quinto
Equipo Movimiento Juvenil Salesiano – Filipinas Norte

Los efectos de la pandemia se han cobrado un peaje en todos los aspectos de nuestras vidas. Exigiendo de nosotros hacer la transición desde un estar cómodos con lo que tenemos y las actividades que realizamos a un tener que adaptarnos a la conocida como *nueva normalidad*. El Movimiento Juvenil Salesiano dio un cambio considerable en cómo animar a los grupos juveniles empezando por el nivel inspectorial y llegando hasta las Obras Locales. Anteriormente, los jóvenes de ambientes Salesiano, aunque viniesen de diversas obras, conectaban a través de bailes, música animada y ruidosa, y canciones. Éstas son algunas de las cosas que todo el mundo en el MJS echa de menos desde el inicio de la pandemia. Parecía como si nos sintiéramos lejos de la Iglesia o incluso peor, para algunos, como si se hubiera alejado del Señor. De repente, estábamos sometidos a

restricciones y éramos incapaces de hacer una rápida visita a la Iglesia o a la capilla. Asistir a misas online es otra forma de agonía porque no tienen nada que ver con las misas presenciales en las que solíamos participar. Evidentemente, todo esto ha supuesto un reto para todos nosotros. ¿Qué tipo de pastoral les damos si no podemos estar con ellos físicamente? ¿Cómo vamos a guiar a estos jóvenes a través de estos tiempos difíciles? ¿Cómo les vamos a hacer sentir que El Señor sigue con ellos a pesar de todo lo que ocurre a nuestro alrededor?

En el curso anterior, el MJS tenía como objetivo principal “evangelizar” como parte de su plan a tres años, en todas las formas posible, con mayor atención en los lugares en los que la mayoría de jóvenes están anclados, llámese las diferentes redes sociales. Pienso que de alguna manera se han alineado, por un segundo, la pandemia y el objetivo de evangelizar. Y ahora se nos deja la oportunidad para realizar nuestra pastoral en un entorno virtual y de hecho no tener otra alternativa, y puedo decir que el MJS prosperó como cada uno de vosotros, hemos prosperado y seguimos prosperando. Distintas actividades han surgido y muchas de ellas, iniciativas lideradas por los jóvenes salesianos mismos, como respuesta a las necesidades de otros jóvenes. Algunas son fruto de la encarnación de la espiritualidad salesiana. Empezó en mayo de 2020, un retiro online de un mes de duración por Pentecostés titulado *LIT Retreat* que se preocupa por los jóvenes filipinos y otro retiro online titulado *AKAP: Ako Kalakbay ang Panginoon*, seguido del *G2YG (G! To Youth Groups): SYM Huddle* que tenía como objetivo juntar a todos los líderes o animadores de varias Obras Locales Salesianas y compartir el valor y las aplicaciones de la visión de Don Bosco en tiempos difíciles. Más eventos se sucedieron como el *GOTCHU: An Online Kamustahan Series* y otro evento online para ponerse al día titulado *SYM Fri-yay Catch up*, ambos con el objetivo de llegar a los jóvenes de manera sencilla, asegurándonos que les hacemos sentir que no están solos en sus batallas, y haciéndoles saber que hay esperanza, ocurra lo que ocurra, incluso si esto es lo más cercano que podemos estar durante la pandemia. Seguido de más y más eventos online y actividades en las diversas obras salesianas, iniciadas por las escuelas, parroquias y centros juveniles. Programas online y eventos como el *KKK Lenten Retreat Series* (series de retiros cuaresmales) organizados por los consejos de juventud de las parroquias salesianas de la Inspectoría FIN, *Koyang TV* hecha por Don Bosco Tarlac, *D Word* por los estudiantes Salesianos de teología y de las FMA, *VocTok* hecho por el equipo de Animación Vocacional de la Inspectoría FIN. Y muchos otros que mantuvieron el espíritu vivo en el mundo virtual.

Todos ellos se convirtieron en caminos para que otros se inspiraran y se sintieran animados a seguir haciendo pastoral, incluso si parecía que no hubiera esperanza al inicio por la situación. Más importante, esto se convirtió en un camino para la evangelización, que es, un medio para compartir la Buena Nueva del amor de Dios para todos, especialmente para los jóvenes que más lo necesitan.



SAN FRANCISCO DE SALES UN EXCEPCIONAL COMUNICADOR DEL EVANGELIO



P. Wim Collin SDB

Instituto de Teología Espiritual,
Università Pontificia Salesiana - Roma

Ha pasado casi cuatrocientos años de la muerte de San Francisco de Sales en Lyon, el 28 de diciembre de 1622. Durante su vida relativamente breve, sólo 55 años, el obispo de Ginebra ha cambiado para siempre el panorama de la teología espiritual. Nació el 21 de agosto de 1567, en Saboya, de familia noble, frecuentó el Colegio de los Jesuitas en París y completó sus estudios en la Universidad de Padua, cuando tenía 25 años. Eligió el estado eclesiástico en lugar de hacer carrera en la magistratura y como misionero ha “reconquistado” el Chablais, una región situada al norte de Saboya, que hacía algunos decenios se había convertido al protestantismo. Una vez consagrado obispo, reformó la diócesis de Annecy-Ginebra, y fundó, junto a Juana Chantal, la Orden de la Visitación de María Santísima. Francisco de Sales es conocido especialmente por ser un gran directo espiritual. A veces escribía hasta 40 cartas de dirección espiritual al día.

Gracias a las cartas escritas a Louise de Charmoisy nace la más famosa de sus obras: “*Introducción a la vida devota*”. Pocos años después escribió: “*Tratado del amor de Dios*”. En esta gran obra explica la relación entre el hombre, la creación y Dios mismo. El significado de la vida y su enseñanza actual, al cumplirse los cuatrocientos años de su muerte, es un hecho indiscutible.

Siendo un joven sacerdote, no tiene miedo de ofrecerse como voluntario para formarse como misionero en Chablais donde las duras enseñanzas del protestantismo calvinista eran la ley. Allí, predicar el Evangelio y enseñar la doctrina de la Iglesia católica no era nada fácil. Cuando no le fue posible hablar públicamente, cuando le era difícil realizar su misión, no dudó en cambiar de táctica. Buscaba la manera de llegar a las personas: **comienza a escribir, opúsculos, libretos, volantes, que en secreto vienen distribuidos por debajo de las puertas de las casas.** El que es tenaz, vence siempre.

Una característica de Francisco es que, no solamente en su trabajo contra los protestantes, sino también como obispo y director espiritual, usa un **lenguaje muy sencillo**. No escribe, no narra con palabras duras y difíciles, está atento a no predicar usando pomposas especulaciones teológicas. Habla y escribe en un lenguaje comprensible para todos, un lenguaje simple, muchas veces usando imágenes de la naturaleza o con sencillas comparaciones. Quién no entiende: “Se cazan más moscas con una gota de miel que con un barril de vinagre”?

La pastoral para él es una pastoral activa. No espera a que alguien le pida un aviso o que se le presente una oportunidad para hacer alguna cosa. Todo esto se hace evidente en el nombre que él y Juana de Chantal eligen para su fundación: “la visitación”. El mismo nombre expresa el deseo de las hermanas y de Francisco de llevar a Cristo a la gente, como lo hizo María en su visita a Elizabeth, lleva a Jesús en su propio vientre, le da a conocer a Jesús a su prima, así debe ser también la actitud pastoral. **Llevar, con mucha sencillez, la alegría de la salvación a los otros.**

La actitud de base para poder hacer esto es el amor puro, vivido y profundo: amar al otro, así como es, por lo que es. Por amor, nada por la fuerza, es el modo con el cual Dios mismo trata al hombre. Es éste el sentido profundo de la citación de Francisco que el Rector Mayor ha elegido como “Aguinaldo” para el año jubilar. Porque Dios mismo, después de haber hablado al hombre a través de signos y de los profetas, ha mandado a su propio Hijo, Jesús. Nadie tiene un amor más grande que éste: dar la vida por los amigos. Por amor ha dado su vida, porque sólo el Amor nos hace creer en él. Dios mismo se hace visible en el Amor. Dar la propia vida por los demás, esto es hacer presente y vivo a Cristo en este mundo.



BEATO CARLOS ACUTIS UN JOVEN MISIONERO MODERNO



Antonio Cini SDB

Instituto Salesiano Don Bosco Cagliari - Italia

“Todos nacen como originales; pero todos mueren como fotocopias”.

Puede un joven del siglo XXI encontrar un verdadero modelo de vida cristiana entre sus coetáneos? Hay un muchacho, todavía vivo en el Paraíso, que puede enseñarnos que “*nuestra Meta debe ser el Infinito, nuestra Patria, no lo finito*”, como él sostenía, y como llegar también nosotros sin excesiva dificultad.

Se trata del Beato Carlos Acutis, nacido en Londres el 3 de mayo de 1991, pero vivió después en Milán. En esta ciudad crece como un muchacho normal de su generación, en una familia que le enseña los valores cristianos y frecuentando

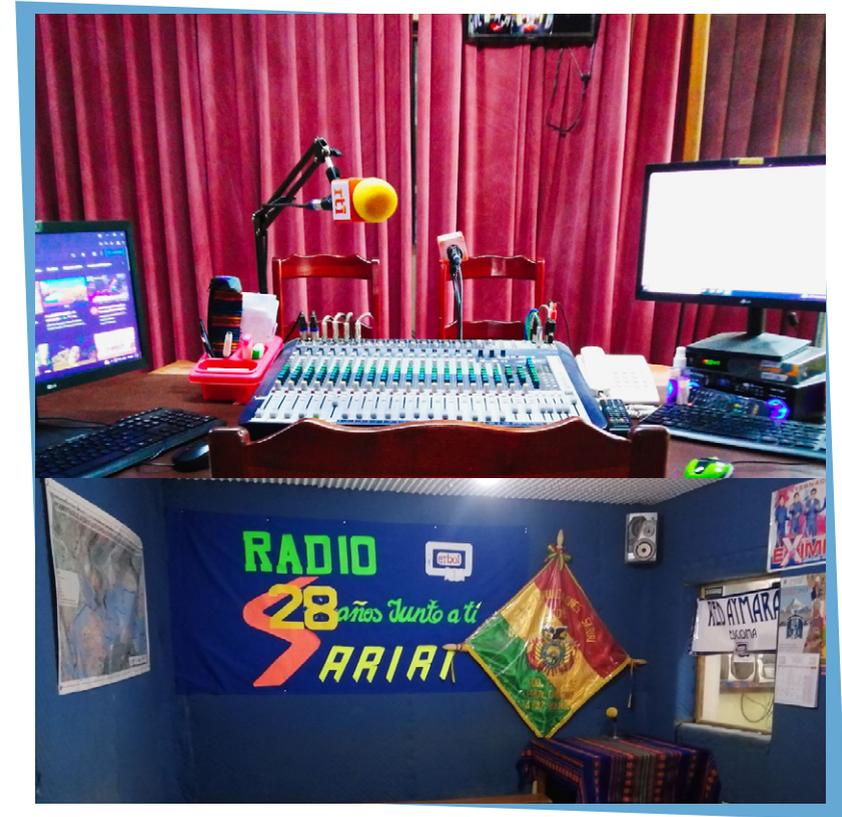
la escuela católica. Ya desde su infancia se ve en él algo especial: a los 7 años es admitido para hacer la Primera Comuni3n y desde sus 12 a3os se toma el compromiso de participar a la misa cotidiana, rezar todos los d3as el rosario, definido por 3l como “*la escalera m3s corta para subir al Cielo*”, la confesi3n frecuente y de asistir a la Adoraci3n Eucar3stica.

Sus compromisos de oraci3n no lo alejaron del mundo, sino que m3s bien hicieron de 3l un joven activo y comprometido en las peque3as cosas que un muchacho de su edad puede hacer (y quiz3s un poco m3s todav3a). Se comprometió con sus estudios y a ayudar a sus compa3eros, juega a f3tbol y a los videojuegos, toca el saxof3n, sale con los amigos. Entre todas estas actividades, encuentra el tiempo para ayudar a los pobres y a los necesitados, d3ndoles vestidos, alimento y su compa3a. Un muchacho atento y premuroso bajo muchos aspectos.

Carlos ha sido un gran apasionado de la tecnolog3a, de la internet...y al mismo tiempo de los milagros Eucar3sticos. Teniendo solamente 14 a3os crea un sito de internet que muestra los much3simos milagros presentes en el mundo, que todav3a existe junto a otros de sus proyectos (www.miracolieucaustici.org). 3l, en efecto, **cre3a firmemente en el uso de estos medios de comunicaci3n modernos para evangelizar** y el amor que crece en 3l por la Eucarist3a lo empuja a trabajar para hacer conocer a Jes3s a los dem3s. Otra de sus frases famosas es: “*La Eucarist3a es mi autopista para el cielo*”. Su idea fija era llegar a ser santo y hablar a todos de la santidad.

Muere el 12 de octubre de 2006 en el hospital de Monza, a tan solo 15 a3os de edad, por una leucemia fulminante, viviendo la enfermedad como una prueba ofrecida por la Iglesia y el Papa. Ha sido beatificado el 10 de septiembre de 2020 en As3s, ciudad muy amada y visitada por 3l, en la cual quer3a ser sepultado y donde ahora reposan sus restos, en el Santuario de la Expoliaci3n de la Iglesia de Santa Mar3a Mayor.

Carlos, llevando adelante el eslogan de su **personal originalidad**, quiere poner en evidencia que toda vida puede comunicar a Cristo a los dem3s y que cada uno est3 llamado hacerlo con su propia manera de ser. Comprendió que es indispensable hacer un gran esfuerzo misionero para anunciar el Evangelio a todos. Su objetivo, en efecto, fue el mismo que el de los verdaderos misioneros: llegar a cuantas m3s personas se pueda para dar a conocer la belleza y la alegr3a de la amistad con el Se3or, disfrutando al mismo tiempo de todo aquello que el mundo puede ofrecer.



PROYECTO JMS 2022 ARTESBOL: COMUNICACI3N RADIOF3NICA EN BOLIVIA PARA LOS JOVENES

En Bolivia, los salesianos gozan de una red de comunicaci3n radiof3nica llamada **ARTESBOL (Asociaci3n de Radios y Televisi3n Educativas Salesianas de Bolivia)**. Este servicio a la sociedad cuenta actualmente con siete centros ubicados en sectores privilegiados de nuestra misi3n. En efecto, las estaciones

emiten su señal desde la periferia de las grandes ciudades, mostrando así su talante netamente social y pastoral. Estas posiciones geográficas permitieron a *Audio Bosco* ofrecer sus ondas para que los menos favorecidos estén conectados con la nación de la que son parte y facilitó sus micrófonos para oír la voz de los sin voz.

Las emisoras de la ARTESBOL nacen como respuesta a las necesidades y urgencias de comunicación de lugares remotos del territorio boliviano. Sus fundadores fueron salesianos que, teniendo el ejemplo de Don Bosco en la mente y el corazón, rápidamente comprendieron que un pueblo incomunicado difícilmente llegará a sentirse parte de la sociedad y de la Iglesia. Así, prácticamente sin una coordinación y sin fondos asegurados comenzaron a surgir estas emisoras, en lugares sencillos y adaptados, incluso en la mesa del comedor de una comunidad salesiana, o en el escritorio del director.

Así que la misión de la ARTESBOL es “Ser un conjunto de instituciones radiofónicas que trabajan con estilo salesiano, que evangelizan la cultura juvenil y popular, educando, sirviendo de guía, informando e involucrando a la gente”.

Hoy nuestras radioemisoras se encuentran ante el desafío de una actualización que les permita sostener su presencia y asegurar su significatividad. Factores externos, como la irrupción abrumadora de las transmisiones en línea por medio de internet, representan hoy un gran desafío a los medios convencionales. Por otro lado, la constante fragilidad económica de nuestras radios nos ha impedido una renovación significativa, tanto en equipos como en personal, lo que también amenaza nuestra supervivencia. En todo caso, seguimos con el buen ánimo y el deseo de que Don Bosco siga presente en los hogares de las familias bolivianas.

La propuesta del proyecto para la JMS 2022 es la de fortalecer a las 7 radios Salesianas en Bolivia, a través del equipamiento con dispositivos adecuados a las necesidades actuales y al avance tecnológico. Se requiere equipos estabilizadores de tensión (UPS), que protejan el funcionamiento de las computadoras en las que se editan los programas. También es necesaria la reposición de micrófonos para locución, consolas y paneles acústicos, para brindar un servicio de calidad a la audiencia local.

¡Con tu pequeña aportación puedes formar parte de esta gran obra de evangelización!

DATOS	
Nombre del titular	Oficina de Proyectos para Bolivia P. Reinaldo Villazón; <i>Ecónomo Inspectorial y Director de la OPD</i>
Domicilio del titular	C. Eduardo Calderón N° 2563 y Av. América final oeste, Cochabamba - Bolivia
País de residencia	Bolivia
DATOS DEL BANCO	
Nombre del Banco	Banco de Crédito de Bolivia S.A.
Dirección del Banco	Calle Colón esq. Mercado
Localidad	La Paz - Bolivia
Código BIC, Swift	SCBLDEFX
Número de cuenta	301-5023174-3-64
Moneda	Bolivianos

Estabilizador de tensión (UPS de 1500 Vatios)	500 \$us.
Micrófono para locución	600 \$us.
Consola de 12 canales	1.600 \$us.
Panel acústicos para insonorización	800 \$us.
Total inversión por 1 radio:	3.500 \$us.
Total inversión para 7 radios	24.500 \$us.
(3.500 x 7):	



settoressi
missionari
salesiani

● ORACIÓN JMS 2022 ●

Oh Dios, Padre creativo,
suscita en nosotros el fuego del amor
que arde, pero no consume.

Aquel fuego sea para cada uno la llamada universal
a una santidad posible de realizar en cualquier lugar del mundo.

Recuérdanos que cualquier lugar es tierra de misión
y que en cada ser humano habita el deseo de Ti.
Haznos discípulos valientes y encarnados en este tiempo,
capaces de anunciarte en las redes sociales
para que también las redes puedan ser lugar de encuentro contigo.

Envía tu Espíritu sobre nosotros, tus hijos,
para que, como artífices de la nueva evangelización,
podamos despertar el primer anuncio de Jesús
en los jóvenes de hoy.

Amén.