

HERMANOS DE LAS ESCUELAS CRISTIANAS

---

**MISIONEROS DESDE CASA**  
**LASALLISTAS EN TIEMPOS DE PANDEMIA**

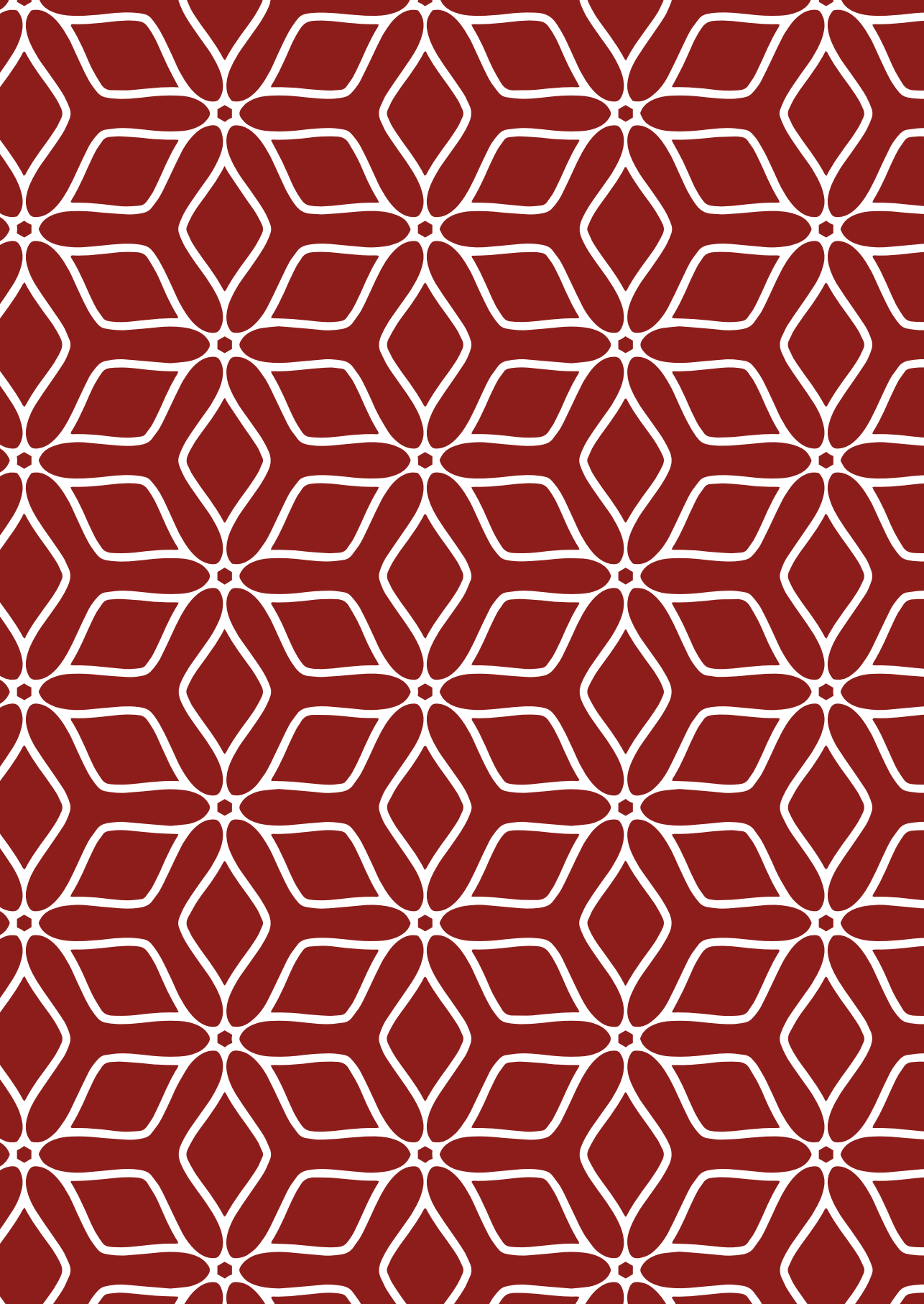
**EQUIPO REDACTOR**

ADRIANA BOLAÑOS HERNÁNDEZ  
ANDRÉS TONATIUH ZATARAIN LAVÍN, FSC  
CAROLINA CANO RUBIO  
DAVID GARCÍA DE LA PEÑA, FSC  
JORGE ARMANDO FÉLIX VALDEZ, FSC  
JUAN RENÉ PÉREZ YANES  
LUIS EDUARDO BÁRCENAS MARTÍNEZ

La  Salle

CUADERNOS MEL

57



# Misioneros desde casa

## Lasallistas en tiempos de pandemia

### *Equipo redactor*

Adriana Bolaños Hernández

Andrés Tonatiuh Zatarain Lavín, *FSC*

Carolina Cano Rubio

David García De La Peña, *FSC*

Jorge Armando Félix Valdez, *FSC*

Juan René Pérez Yanes

Luis Eduardo Bárcenas Martínez

Noviembre 2021



## **Hermanos de las Escuelas Cristianas**

CUADERNOS MEL N. 57 - Noviembre 2021  
Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas  
Secretariado de Asociación y Misión

### **Equipo redactor:**

Adriana Bolaños Hernández  
Andrés Tonatiuh Zatarain Lavín, *FSC*  
Carolina Cano Rubio  
David García De La Peña, *FSC*  
Jorge Armando Félix Valdez, *FSC*  
Juan René Pérez Yanes  
Luis Eduardo Bárcenas Martínez

### **Coordinación Editorial:**

Sra. Ilaria Iadaluca - Hno. Alexander González, *FSC*  
[comunicazione@lasalle.org](mailto:comunicazione@lasalle.org)

Maquetación: Sra. Giulia Giannarini  
[ggiannarini@lasalle.org](mailto:ggiannarini@lasalle.org)

Servicio de Comunicación y Tecnología  
Casa Generalicía, Roma, Italia



# Índice

<b>I.</b>	<b>Salieron y se embarcaron</b>	<b>4</b>
<b>II.</b>	<b>Aquella noche no pescaron nada</b>	<b>7</b>
<b>III.</b>	<b>Tiren la red a la derecha y encontrarán</b>	<b>15</b>
	1. El mar en que navegamos	16
	2. La voz que nos guía para anunciar la Buena Noticia	22
	3. Los otros discípulos fueron en la barca	32
<b>IV.</b>	<b>Es el Señor</b>	<b>39</b>
<b>V.</b>	<b>La red no se rompió</b>	<b>55</b>
	Apéndice	59
	Glosario de términos digitales	61
	Referencias	64
	Equipo redactor	69

# I. SALIERON Y SE EMBARCARON

## I. Salieron y se embarcaron

“Grandes cosas son posibles” fue el lema que iluminó el caminar durante el ciclo escolar 2019-2020. Nunca nadie se imaginó cuánto iban a resonar estas palabras en nuestras vidas sobre todo a partir de marzo de 2020 cuando en México inició el confinamiento provocado por la pandemia del COVID-19. De un día a otro pareció que todo quedó suspendido: el ritmo de vida que se llevaba, la escuela, el trabajo, los planes que cada quien tenía, los proyectos; todo se vio afectado por esta contingencia. De pronto no se podía salir a la calle y no era posible realizar las actividades que con meses de anticipación habían sido planeadas, como en este caso las Misiones de Semana Santa.

Sin embargo, el lema seguía resonando quizás no de forma consciente en la mente, pero sí en el corazón, junto con las palabras de nuestro Fundador: “*Es necesario que la escuela marche bien*” y “*es buena norma la de no preocuparse tanto por saber qué hay que hacer cuanto de hacer con perfección lo que se sabe*”<sup>1</sup>. Ante esto, un grupo de lasallistas del Distrito México Norte, Hermanos y seglares, ante la preocupación de la inminente suspensión de las misiones, se reunieron para soñar cosas posibles e imaginar qué se podía hacer. Y así surgió el proyecto *Misioneros desde casa*.

En unos cuantos días y después de múltiples reuniones virtuales se diseñó el proyecto y se invitó a participar a los encargados de los grupos infantiles y juveniles del Distrito para hacer cápsulas, guiar momentos y promover las diversas actividades que pretendían ofrecer una manera de vivir la Semana Santa conformando comunidades lasallistas desde casa en época de confinamiento.

Una vez realizada la experiencia y al haber constatado la enorme riqueza de la misma, así como el hecho de que se nos obligó a salir de los terrenos conocidos y a experimentar con nuevas formas de evangelizar haciendo uso de las redes sociales y de la tecnología a nuestro alcance, se consideró que era importante documentar lo vivido y darlo a conocer. Así surge este cuadernillo, que pretende dar cuenta del proyecto *Misioneros desde casa*,

---

1 De La Salle, Escritos personales, 1685.

analizando sus alcances y limitaciones con el fin de aprender de esta experiencia y de integrar los hallazgos en prácticas pastorales futuras.

Al ser un documento escrito en retrospectiva, se ha estructurado a partir del contexto en el que se vivió la experiencia, compartiendo tanto de dónde surge como las razones para realizar este proyecto presentando el tiempo que se tuvo para desarrollarlo y las personas que intervinieron en las diferentes fases. Posteriormente se incorporaron las visiones de algunos autores que dan sustento al trabajo profundizando en el significado e implicaciones de las características de la sociedad en esta era digital, así como en las exigencias que se presentan en el proceso de Evangelización. Todo ello iluminado por la herencia lasallista que sigue confrontando con enorme actualidad el trabajo educativo y pastoral.

Esta fundamentación teórica permitió hacer un análisis de los resultados obtenidos a partir de los indicadores de conexiones y participación que hubo en las redes sociales durante la Semana Santa de 2020. El análisis de la evaluación realizada, tanto con quienes estuvieron apoyando el proyecto como de los participantes, fue también un aspecto importante que nos permitió comprender los alcances y las limitaciones de esta vivencia.

La finalidad del documento es compartir una experiencia realizada en el Distrito Lasallista de México Norte a través de la cual se descubrió el gran desafío que lo virtual y las redes sociales presentan a nuestra labor pastoral. Si no se hace llegar una palabra de esperanza y salvación por medio de esos nuevos entornos, habrá muchas otras palabras que llenarán esos vacíos. San Juan Bautista de La Salle seguramente nos enviaría hoy a buscar a esas niñas, a esos niños, adolescentes y jóvenes que navegan perdidos por Internet para acompañarlos en el camino y ayudarles a encontrar su ruta de salvación. El proyecto *Misioneros desde casa* fue un primer paso en esa dirección. Su realización no estaba en el horizonte pero para dar respuesta a la necesidad de evangelizar en medio de una pandemia se logró hacer. Por supuesto, que hubo muchos factores pero destaca el apoyo de unos para con otros viviendo así el lema de este ciclo escolar: *Grandes cosas son posibles, porque todos somos parte del milagro.*



## II. AQUELLA NOCHE NO PESCARON NADA

## II. Aquella noche no pescaron nada

**E**l 2020 ha sido un año de grandes retos para la humanidad entera y de forma particular para las instituciones educativas. La llegada del COVID-19 generó una pandemia cuyas dimensiones eran difíciles de imaginar. A principios del mes de marzo, y debido a la rapidez de los contagios, algunas instituciones educativas de México anunciaron que adelantarían las vacaciones de Semana Santa que estaban programadas para iniciar el 6 de abril con la finalidad de tratar de detener la ola de contagios. Esta situación de manera inmediata planteó un interrogante en torno a las Misiones de Semana Santa que cada año el Distrito Lasallista de México Norte organiza en diversas regiones del país.

A mediados del mes de marzo se tomó la decisión de que esta actividad distrital se suspendería debido a la pandemia generada por el COVID-19. De manera imperceptible lo que comenzó como una enfermedad lejana y ajena llegó para modificar varios proyectos que la Pastoral Infantil y Juvenil Distrital tenían programada, incluso ya se estaba desarrollando la preparación de las Misiones. Esta situación fue acompañada de duda, desolación y desesperanza, así como por inquietud ante la desinformación y la falta de claridad en el tema.

Sin embargo, y como dice la Palabra de Dios, *el Espíritu viene a hacer nuevas todas las cosas*<sup>2</sup>, por lo que poco a poco fue mostrando una luz y un camino para que los ánimos de quienes participaban en este proyecto pudieran sobreponerse y encarar los retos que se presentaban. La Pastoral Juvenil del Distrito que anima a los grupos apostólicos de las instituciones educativas lasallistas de México Norte impulsada por la inquietud de quienes iban a participar en las misiones de Semana Santa, empezó a idear formas diferentes para esta experiencia con la finalidad de continuar con el espacio formativo de las misiones que favorece un compromiso social y el crecimiento en la fe. La diferencia consistiría en que la misión no sería de forma presencial en las comunidades sino de manera virtual para todo aquel que quisiera participar. Así pues, el equipo de Pastoral del Distrito México Norte se conformó como equipo coordinador de un nuevo proyecto

---

2 Ap. 21, 5 en Biblia Latinoamericana. 1989.

de misiones. Él sería el responsable de socializar ideas y crear diferentes canales para hacer llegar el proyecto a los alumnos, antiguos alumnos y familias lasallistas.

Además detectó el alcance, identificó responsables de los canales de proyección, realizó videollamadas y compartió materiales entre otras tareas. Todo esto con la finalidad de aprovechar de la mejor manera las herramientas digitales con las que se contaba y poder establecer horarios para las transmisiones de las celebraciones de los días santos.

Aquellos que participaron fueron testigos de una experiencia que vale la pena sistematizar y poner al alcance de todos, ya que se dio una manera diferente de vivir, compartir y celebrar los misterios de nuestra fe. La creación de redes de trabajo, la creatividad y la iniciativa fueron aspectos claves para estructurar este proyecto. La iniciativa de *Misioneros desde casa* tuvo un efecto esperanzador para los movimientos juveniles y pastorales de las instituciones lasallistas ya que la misión se realizaba pero ahora desde una modalidad diferente, cuidando la esencia y sobre todo respondiendo al llamado que cada uno como bautizado tiene.

El campo de la tecnología y de las redes sociales está muy presente en el mundo de hoy. En la sociedad actual es un elemento constitutivo en las relaciones sociales, en los procesos económicos y políticos pero, sobre todo, en el mundo juvenil. Los seguidores, el poner etiquetas en una publicación, los “me gusta”, las historias y las imágenes forman parte de la vida cotidiana de mucha gente. Y en ese entorno la Iglesia y el proceso evangelizador tienen muy poca presencia. De ahí que la situación que se presentó debido a la pandemia significó una oportunidad para aprovechar estos espacios en donde los jóvenes están presentes e ir logrando que el ímpetu misionero se trasladara a este terreno y que los mismos jóvenes fueran los encargados de difundir y llevar a cabo cada una de las actividades del proyecto *Misioneros desde casa*.

Las actividades realizadas fueron variadas. Hubo videocatequisis que estaban diseñadas para atender tanto a niños como a jóvenes y adultos, además de múltiples recursos para cuidar la espiritualidad y vivir las celebraciones del Triduo Pascual. Los temas abarcaron toda la Semana

Santa, a partir del Domingo de Ramos hasta el Domingo de Resurrección. Para organizar la colaboración de las personas que se involucraron, se elaboró un manual para orientar la vivencia de la Semana Santa en casa. También se desarrollaron otras propuestas como el servicio a las personas mayores, el cual consistió en ayudarles a conseguir su despensa y diversas actividades que más adelante se mencionarán.

Este proyecto logró fomentar la unidad de los grupos apostólicos de las instituciones haciendo presente el Reino de Dios y haciendo realidad el lema *Grandes cosas son posibles*. Lema ofrecido por el centro del Instituto y que nos invita a responder a los desafíos actuales desde la perspectiva bíblica de José, el soñador.

La misión no solamente cambió de nombre; cambió de destinatarios y de forma. La experiencia misionera pudo llegar a las comunidades locales, a las parroquias, a los grupos juveniles y a los hogares contrarrestando la desesperación, la ansiedad y el estrés que empezaba a estar presente a causa de la pandemia. El trabajo misionero se pudo adaptar al uso de las redes sociales para orar, profundizar, reflexionar y participar en los actos de piedad popular.

Esta experiencia abrió nuevas formas de entender la fe desde una espiritualidad cotidiana y arraigada en la realidad que se estaba experimentando, en donde el encuentro tenía la misma profundidad sólo que ahora estaba mediado por la pantalla de una computadora u otro dispositivo electrónico. Además, se aprovechó el auge de las redes y las posibilidades de las tecnologías para alcanzar a más personas, incluso de otras latitudes de América Latina.

*Misioneros desde casa* salió al encuentro de los miembros de la familia, de personas con quienes se comparte la misión y logró trascender los límites geográficos, ponerle color a una cuaresma que se estaba tornando cada vez más gris. Además, le hizo frente a la indiferencia uniendo la fe con el quehacer cotidiano para fortalecer las relaciones fraternas en el contexto del confinamiento mencionado. Esta experiencia fue un medio para responder al reto que se presentaba y para darle sentido a la realidad que se estaba viviendo. Favoreció el desarrollo de una vida interior junto con quienes se

comparte la cotidianidad en la casa, caminando al encuentro de Dios que se acercaba a lo más íntimo del hogar, de una familia, de una comunidad.

Esta experiencia cobra relevancia porque en el proceso de evangelización actual, la tecnología, las redes sociales y los demás medios de comunicación juegan un papel crucial para responder al llamado que se nos hace: “*Vayan y enseñen a todas las gentes, bautizándolos en el nombre del Padre, y del Hijo y del Espíritu Santo, enseñándoles a guardar todo cuanto yo les he mandado*”<sup>3</sup>. De ahí que los medios se vuelvan una herramienta que coadyuvan a esta misión. Misión que comenzó desde el envío del Hijo realizado por el Padre, quien inspirado por el Espíritu eligió a los que él quiso y “*los envió a proclamar el Reino de Dios y a sanar a los enfermos*”<sup>4</sup>.

Desde el nacimiento de los medios de comunicación social y la tecnología, han estado presentes en el quehacer cotidiano del ser humano. Estas herramientas permean los ámbitos de la vida como el educativo, cultural y político. Es tanta su importancia que la Iglesia, desde el Concilio Vaticano II en su decreto sobre los medios de comunicación social: “*Inter mirifica*” señala que es una situación que se tiene que atender pues contienen en sí mismos un gran potencial: “*La madre Iglesia sabe que estos medios, rectamente utilizados, prestan ayudas valiosas al género humano, puesto que contribuyen al descanso y al cultivo de los espíritus y a la propagación del Reino de Dios*”<sup>5</sup>.

En la actualidad, el Papa Francisco también insiste en la necesidad de hacer uso de la tecnología en el proceso evangelizador, al señalar que:

“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 ampliamente 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”<sup>6</sup>.

---

3 Mt 28,19-20 en Biblia Latinoamericana, 1989, p. 84.

4 Lc 9,2 en Biblia Latinoamericana, p. 178.

5 Vaticano II, Inter Mirifica, 1963, n°2.

6 Francisco, Christus Vivit, 2019, n°86.

Por lo tanto, es de vital interés que en el esfuerzo de misión evangelizadora de la Iglesia se tome en cuenta esta realidad tan cotidiana, sobre todo en el mundo juvenil a fin de que los medios digitales se conviertan también en agentes de evangelización. En un esfuerzo por crear lazos más cercanos con la realidad juvenil, la espiritualidad lasallista busca entrar en diálogo, a través de las nuevas tecnologías, con las personas que están detrás de la pantalla a fin de “*construir puentes educativos que promuevan la dignidad humana, la honestidad, la preocupación por los demás: una voz y una oportunidad para todos*”<sup>7</sup>. Promoviendo que los jóvenes sean protagonistas de esta misión es como se lleva a cabo un nuevo canal de la transmisión de la fe para que el proceso evangelizador tenga mayor alcance de acuerdo al número de seguidores de los mismos jóvenes a quienes el mensaje llega en una primera instancia.

Este esfuerzo de comunicación lleva a repensar los procesos evangelizadores integrando los medios de comunicación entre sus estrategias para ser usados desde un enfoque crítico y que a la vez promuevan la igualdad, la justicia y la tolerancia. Se busca que el proyecto educativo esté centrado con decisión en la persona humana y permita “*darles la posibilidad de vivir dignamente como hijos e hijas de Dios*”<sup>8</sup>. Esta visión es la que hace posible que los medios tecnológicos logren una relación armónica tanto con la educación, como con la misión y la evangelización, tal y como lo expresa el documento *Instrumentum Laboris: La nueva evangelización para la transmisión de la fe cristiana*:

“La percepción de nosotros mismos, de los otros y del mundo dependen del influjo que tales tecnologías ejercen. Éstas y el espacio comunicativo por ellas generado han de ser considerados positivamente, sin prejuicios, como recursos, aunque con una mirada crítica y un uso inteligente y responsable”<sup>9</sup>.

La Iglesia, a partir del Concilio Vaticano II, invita a los católicos a que usen los medios de comunicación de una manera eficaz como medios evangelizadores y apostólicos adaptándose a las circunstancias del tiempo y del momento<sup>10</sup>. Por ello, el proyecto *Misioneros desde casa* retomó estas

---

7 Consejo General La Salle, 2016, p.6.

8 *Regla de los Hermanos de las Escuelas Cristianas*, 2015, 13.

9 Sínodo de los Obispos, *Instrumentum laboris* 2012, nº60.

10 Vaticano II, *Inter Mirifica*, 1963.

palabras e hizo un esfuerzo por evangelizar en las redes, por utilizar los canales tecnológicos que se tienen al alcance para que nadie quedara fuera del mensaje de salvación. Dado que la realidad así lo solicitó, la misión tomaría estos medios para hacerse presente en la vida de las familias, de las comunidades y de cada persona.

La importancia que los seculares tienen en el anuncio del Evangelio también lo señala el Concilio Vaticano II. De hecho anima a que sean ellos los encargados de vivificar los medios de comunicación con un espíritu humano y cristiano y logren transmitir la esperanza que viene de la Palabra de Dios<sup>11</sup>. Gracias a este proyecto, los Hermanos y seculares como Familia Lasallista, y con el espíritu de “juntos y por asociación”, estrecharon vínculos en este nuevo llamado de Dios. El trabajo colaborativo por medio de las diferentes plataformas de encuentro digital abrió muchas posibilidades ampliando el alcance de las herramientas y recursos que se elaboraron. Como Iglesia e Instituto, este equipo de misioneros lasallistas logró concretar la misión de Semana Santa desde el hogar para atender la situación de contingencia que se vivía a nivel local y mundial.

El impacto que tuvo el proyecto *Misioneros desde casa* atravesó los límites geográficos, porque se compartió con otros Distritos hermanos de la Región Latinoamericana Lasallista. Así, no sólo se conjugaron las fuerzas para que se pudiera vivir la Semana Santa desde una realidad que se imponía a nivel mundial, sino que se dio testimonio de unidad y fraternidad. Gracias al carisma lasallista con el cual se han identificado, varias personas se sumaron a este proyecto; y es que, desde el inicio del Instituto, las posibilidades que el “juntos y por asociación” genera han sido constantes favoreciendo la gloria de Dios desde la salvación de las almas. *“Este impulso creativo nos viene de nacimiento, cuando Juan Bautista de La Salle, yendo más allá de las fronteras sociales y religiosas de su época, reunió un grupo heterogéneo de maestros laicos que, en espíritu de asociación, se transformó primero en comunidad, luego en sociedad y finalmente en Instituto”*<sup>12</sup>.

---

11 Ibid.

12 Consejo General La Salle, 2017, p.11.

Es por ello que hoy, después de constatar la riqueza que el proyecto *Misioneros desde casa* generó, el objetivo de esta publicación es compartir esta riqueza dando a conocer la experiencia de Pastoral Juvenil realizada en el Distrito México Norte en relación a la vivencia de Misiones Lasallistas de Semana Santa bajo la modalidad de evangelización y promoción humana a distancia.

También queremos que quede documentado el proceso de construcción del proyecto, así como los materiales elaborados y los medios que se utilizaron para llevarse a cabo. Por último, queremos conocer los impactos que tuvo el proyecto, tanto en los medios electrónicos utilizados como a través de los testimonios de los participantes (destinatarios y organizadores). De esta forma podremos valorar los propósitos del proyecto y compartir la experiencia de evangelización y promoción humana realizada a distancia. El proceso de construcción de este proyecto y su implementación fue algo que dejó una gran riqueza en todos los que participamos en él. Por ello queremos darlo a conocer: por sus posibilidades, por la experiencia que favorece y por las finalidades tan nobles a las cuales nos acerca: que todas las personas se salven y lleguen al conocimiento de la verdad.

## **PARA LA REFLEXIÓN. Compartiendo horizontes**

Realiza un análisis, como si fuera una radiografía, de:

- el uso que se hace de las redes sociales con fines pastorales.
- el uso que los educadores de tu institución tienen de las redes sociales
- las publicaciones en las redes sociales que realizan los estudiantes de tu institución.

1. ¿Qué destaca en esas publicaciones? ¿Qué concluyes del conocimiento de los educadores respecto de las redes sociales?
2. ¿De qué manera podemos “construir puentes educativos que promuevan la dignidad humana, la honestidad, la preocupación por los demás” (cfr. p. 8) a través de las redes sociales y de las nuevas tecnologías?



### **III. TIREN LA RED A LA DERECHA Y ENCONTRARÁN**

### III. Tiren la red a la derecha y encontrarán

#### 3.1 El mar en que navegamos

**E**l mundo actual se caracteriza por una serie de constantes y vertiginosos cambios producidos en gran parte por las tecnologías de la información y la comunicación que permiten una mayor conexión entre las personas y que facilitan que los conocimientos se propaguen con mayor rapidez llegando a una gran cantidad de personas.

La era digital en la cual vivimos implica un espacio virtual<sup>13</sup>. Esto es posible gracias a la existencia del Internet, cuyas características y posibilidades han modificado sustancialmente la manera de interactuar entre las personas y con ello el entorno social en el que nos desenvolvemos. Esta situación implica que el acceso que se tiene al conocimiento es mucho más rápido, fácil y sin restricción de tiempo y espacio; aunque también ha supuesto una saturación de información no siempre confiable que genera confusión porque dificulta determinar qué es válido o verdadero.

Las relaciones sociales, por otra parte, no han podido sustraerse de estas características. La ubicuidad, la inmediatez, la sobreinformación, la sensación de sentirse cercano y conectado a través de los dispositivos electrónicos son otras particularidades de la era digital en la que nos encontramos. Estos rasgos han provocado un aumento en la interdependencia entre las personas y la información a la que tienen acceso a través de los diversos aparatos móviles<sup>14</sup>. De esta forma se ha modificado la manera de percibir la realidad, de comunicarnos, de actuar, de pensar, de vernos y de expresarnos. El mundo y las personas se perciben a través del filtro de las redes sociales y del entorno virtual en el que se encuentran interactuando; lo cual, en ocasiones, dificulta que se pueda tener una experiencia verdadera del lugar en el que se vive.

---

13 Téllez, 2017.

14 Pérez Gómez, 2013.

El momento histórico que corresponde a esta segunda década del siglo XXI está caracterizado por la relevancia que la tecnología tiene en la vida como medio para comunicarnos, informarnos, trabajar y aprender. La realidad actual obliga a vivir siendo dependientes del mundo digital. Esto se ejemplifica con el hecho de que en 2018 cada 60 segundos se produjeron 3,7 millones de búsquedas en Google, se enviaron 38 millones de WhatsApp, 18 millones de mensajes de texto, 481.000 tweets y 187 millones de emails; cifra que ha seguido creciendo de manera exponencial<sup>15</sup>.

Además de la importancia de la tecnología en la vida, y muy relacionado con esta accesibilidad tecnológica, otra característica del momento actual es la supremacía que el conocimiento y el saber tienen en el mundo de hoy. Gracias a los dispositivos tecnológicos, la información está totalmente a la mano de una forma prácticamente inmediata. Sin embargo, también tiene una fecha de caducidad muy próxima, ya sea porque se pierde el interés o porque hay un nuevo conocimiento que la sustituye.

Los sociólogos actuales señalan como rasgos de este planeta digital la globalización, la flexibilidad, el cambio, la virtualidad, el individualismo, la transitoriedad o, como lo conceptualiza Bauman, la liquidez<sup>16</sup>. Este mundo líquido se opone a las épocas pasadas que se caracterizaban por ser estables, por estar enraizados, por tener procesos repetitivos, valores y certezas claras. Estas características se pueden ver también con respecto a la accesibilidad de la información. Si bien es cierto que se tienen los datos que se necesitan al alcance de la mano existen riesgos. Por ejemplo, al buscar algo en Google o en cualquier otro buscador, se obtiene una gran cantidad de entradas relacionadas con nuestro punto de interés y se debe discernir cuáles tienen información pertinente, veraz y precisa de acuerdo a lo que se está requiriendo. Esto dificulta tener un marco de referencia claro y preciso, al tiempo que favorece un cierto relativismo en relación a lo que se quiere, importa o valora.

En este mar en el que se está navegando, los jóvenes actuales se caracterizan por el uso de la tecnología siendo parte de su forma de ser y de la manera de

---

15 Desjardins, 2018, en García Aretio, 2019.

16 Bauman, 2002.

gestionar su vida. Un alto porcentaje de su cotidianidad se desenvuelve en el mundo digital, pues nacieron con el Internet, los teléfonos inteligentes, los gadgets y las apps. Todas estas herramientas prácticamente les exigen estar conectados para sentirse parte de un grupo social. Las redes sociales median las relaciones de los jóvenes y los *influencers* han llegado a ser los nuevos referentes sociales y culturales cuyo influjo en ocasiones ha alcanzado hasta el ámbito académico y moral.

La premisa de esta juventud parece ser que, si no estás en la red, no existes; por lo que se ha desdibujado la frontera entre lo privado e íntimo y lo público. La generación *selfie* ejemplifica la importancia que tiene lo visual en este mundo en el que nada es permanente, en donde lo único que importa es el instante presente, el “aquí y el ahora”<sup>17</sup>. La intimidad entonces se confunde con la experiencia pública porque la persona tiene la necesidad de ser vista para sentir que existe en este preciso momento que, desde su perspectiva, es todo lo que tiene. Esta exposición en la red es también una manifestación de la cultura consumista en la que se vive, en donde el objeto de consumo son las mismas publicaciones de la persona, su misma imagen o en un extremo radical, la misma persona. La persona se hace “pública” para ser vista y al ser vista es consumida y desechada; de ahí la necesidad inminente de seguir publicando para seguir “siendo”. Esto se convierte en un gran reto para los acompañantes, quienes deben ayudar al niño, al adolescente y al joven a descubrir su valor intrínseco, más allá de imágenes o percepciones.

Por otra parte, estas generaciones se sienten más ciudadanos del mundo que de su propia nación, por lo que el concepto de arraigo a un lugar, ya sea territorio, espacio o estilo de vida no entra en sus intereses. Los jóvenes sienten que el mundo es un lugar para ser conocido, fotografiarse y ser subido a las redes. El viajar de un lado a otro es parte de esta visión multicultural con la que han crecido y que los ha llevado también a ser mucho más abiertos a la diversidad en todas sus manifestaciones<sup>18</sup>.

Esta diversidad implica, además, convivir con un lenguaje y una manera de pensar que busca la inclusión y que va más allá de ésta, al plantear la

---

17 González-Anleo, 2015.

18 Díaz- Sarmiento, López-Lambrano & Roncallo-Lafont, 2017.

no discriminación a partir de un abanico cada vez más amplio en torno al concepto de género y de múltiples situaciones cotidianas que empiezan a considerarse como posibles discriminaciones. Esta generación *selfie* es predominantemente urbana y tiene una experiencia familiar que no siempre está ligada a una familia nuclear como tradicionalmente se concebía<sup>19</sup>. Además, en la actualidad, en una gran cantidad de casos los dos progenitores trabajan, por lo que los hijos han sido criados por alguien más, o han estado mucho tiempo solos al “cuidado” de los medios de comunicación.

Otra característica de esta generación es la necesidad que tienen los jóvenes de ser protagonistas del proceso de interacción que se da a través de los medios de comunicación. Por eso, la televisión no es un medio que les llame la atención, porque sienten que no tienen posibilidades de tomar decisiones ni de interactuar. En cambio, prefieren los servicios de *streaming* para ver series, películas o para escuchar música, ya que estos les permiten tomar decisiones sobre el qué, el cómo y el cuándo acceder a un determinado contenido.

Todos estos rasgos deben ser considerados al momento de repensar la tarea evangelizadora para comprender el perfil de los niños, adolescentes y jóvenes actuales con la finalidad de que el acompañante pueda guiarlos en su formación de una manera asertiva, pertinente y significativa. Por tanto, para poder educar y evangelizar en esta era digital se requiere un cambio de paradigma. No es posible seguir bajo el esquema de que el educador es quien lleva adelante el proceso formativo a través de su actuar o su hablar. Si seguimos con esta metodología será muy difícil que logremos la atención de los estudiantes y, más aún, que el proceso formativo que se busca sea significativo e incida en su vida cotidiana.

García Aretio abre una discusión interesante cuando señala que los nativos digitales no poseen de manera automática las competencias digitales que se requieren para vivir de manera adecuada en un entorno virtual<sup>20</sup>. Él inclusive los llama “huérfanos digitales” al puntualizar que nadie les enseña a utilizar las grandes cantidades de información con la que interactúan de manera cotidiana. La mayor parte del tiempo, continúa diciendo este autor, los niños

---

19 Nobrega de Lucena, 2018.

20 García Aretio, 2019.

y los jóvenes se la pasan dando “like” a publicaciones, compartiendo fotos o viendo videos de los *influencers* de moda, sin que la información a la que tienen acceso se convierta en conocimiento o en fuente de algún tipo de aprendizaje. Esta realidad plantea desafíos muy puntuales a la educación y retos específicos a la labor evangelizadora, pues es necesario que la manera de presentar el Evangelio no se convierta en un mensaje más entre muchos que hay en las redes sociales. El anuncio evangelizador en el entorno digital debe ser capaz de tocar el corazón de las personas e iniciar un proceso de transformación más allá de un simple ‘me gusta’ o de un comentario.

Para cambiar el paradigma educativo y poner realmente al estudiante en el centro, lo primero que es necesario hacer es conocer sus características. El alumno que se encuentra en un proceso de educación formal en el final de la segunda década del siglo XXI es una persona que vive conectada con el mundo virtual, por lo que de forma constante revisa sus cuentas y perfiles en la red<sup>21</sup>.

Es en este entorno virtual en el que se desarrolla su vida social y es ahí en donde se comunica con sus amigos, compañeros e incluso familia. Por ello la línea que distingue lo real y lo virtual, lo privado y lo público, se hace difícil de distinguir para ellos. Por otra parte, compartir sus datos, así como su identidad digital tampoco representa ningún problema. Un aspecto que también hay que considerar es que su atención por lo general es dispersa, ya que están acostumbrados a hacer varias tareas a la vez, así como a pertenecer a diferentes grupos o comunidades en donde pueden desarrollar diversos intereses de manera paralela.

Son niños y jóvenes impacientes porque están acostumbrados a obtener respuestas rápidas, conexiones rápidas, información inmediata. Por ello a veces les cuesta profundizar en lo que leen, ya que no están dispuestos o acostumbrados a destinar mucho tiempo a una sola cosa. Más que textos, prefieren mensajes audiovisuales o gráficos porque este formato permite que el mensaje llegue más rápido y sin tanto esfuerzo. No es raro, por ejemplo, que si les pedimos leer un libro, nos pregunten si está la película que puedan ver para hacer el trabajo.

---

21 Ibid.

Este espacio virtual los ha acostumbrado a interactuar en entornos lúdicos, por lo que para interesarse en algo necesitan verlo como diversión o reto. De nada sirve que los procesos didácticos se centren en darles información, pues ésta la tienen siempre consigo en sus dispositivos tecnológicos y mucho más actualizada que la que el docente pudiera proporcionarles. Lo importante es que aprendan a utilizar esa información, a distinguir los datos veraces de la información falsa y que se despierte en ellos la curiosidad por saber, el deseo de indagar y de profundizar<sup>22</sup>. Junto con esto, el docente debe ayudarles a que le encuentren sentido a la información a la que tienen acceso, para que la integren en un todo significativo que les permita cuestionar y comprender el mundo en el que viven.

Quizás uno de los aspectos más importantes para que un proceso educativo sea significativo en el mundo actual es que se tome en cuenta la casi omnipresencia de lo virtual y de lo digital. Para lograrlo se requiere considerar el aprendizaje, la información y la experiencia que el estudiante trae consigo para tomarlos como punto de partida del proceso didáctico. La mejor enseñanza que un acompañante puede proporcionar a su alumno es guiar el proceso en el cual se dé sentido, orden y profundidad a los datos y estímulos que el estudiante recibe a diario.

Por otra parte, es necesario trabajar con grupos heterogéneos con relación a la edad y a los recursos que tienen a su alcance, pues es ésta la realidad en la que interactúan en las redes sociales<sup>23</sup>. Esto debe hacer que la educación actual se base en procesos de aprendizaje colaborativo, a partir de proyectos interdisciplinarios que exijan la interacción con personas que no estén en su círculo social, que estén más allá de sus intereses e inclusive de su localidad.

Para lograr un pensamiento crítico se requiere un aprendizaje que sea abierto, activo e interactivo. Este proceso debe realizarse en comunidad y tener un enfoque social. Además, para atender el perfil de quienes viven en la era digital es necesario considerar proyectos flexibles que permitan que los estudiantes sean innovadores y desarrollen su creatividad. Para lograr lo anterior se requiere que el docente permita que sean ellos quienes construyan

---

22 Nobrega de Lucena, 2018.

23 García Aretio, 2019.

las propuestas de solución a partir de los problemas planteados. Él debe ayudarles a descubrir la complejidad de las variables que intervienen en cada experiencia de aprendizaje y prepararlos para que ofrezcan argumentos sólidos a partir de lo que van descubriendo. Otra enseñanza indispensable es que escuchen los argumentos de sus compañeros, los cuestionen y validen para que a través de este proceso enriquezcan su punto de vista y su comprensión del problema y del entorno en el que se encuentran.

### **3.2 La voz que nos guía para anunciar la Buena Noticia**

La Iglesia a lo largo del tiempo ha buscado responder a las necesidades e inquietudes que la historia le plantea. En la actualidad, un gran reto que tiene la iglesia es inculturar el Evangelio en el nuevo entorno virtual en el que la sociedad navega y se relaciona. Para ello debe comprender la virtualidad, así como los diferentes rasgos que ésta trae consigo para poder hacer cercano el mensaje del Evangelio al individuo de hoy. Para lograrlo, debe utilizar los medios de comunicación como aliados en la evangelización y hacer llegar la Buena Nueva a todas partes<sup>24</sup>.

La era digital se ha instalado en nuestro mundo y está cambiando la vida y las relaciones de las personas. La Iglesia no puede ignorarla, ya que de hacerlo su mensaje no sería recibido por una gran cantidad de individuos.

Una de las características de la sociedad actual es la importancia que le da a los medios de comunicación para estar conectado en todo momento; basta pensar en que hoy nos resulta imposible salir de casa sin llevar el teléfono celular<sup>25</sup>. En los medios de comunicación y en las redes sociales se asiste a un cambio de paradigma en la manera de comunicar. La persona ha dejado de ser importante, sea ya ésta quien transmite o quien recibe. En las redes y en el mundo virtual es el mensaje el que asume todo el liderazgo<sup>26</sup>. Esto se convierte en una gran oportunidad para rescatar el kerigma, la Buena Nueva, como lo central del proceso evangelizador, más allá de protagonismos individualistas. El anuncio evangelizador debe ser fiel al Evangelio y comunicar un sí inmenso al

---

24 Bastante, 2015.

25 Ibid.

26 Sánchez, s.f.



hombre, a la mujer, a la vida, a la libertad, a la paz, a la solidaridad. Para poder transmitir el mensaje con fidelidad hay que experimentar la Buena Nueva con ojos y corazón inundado por la fe; entender que es un anuncio que comunica vida con palabras sencillas y cotidianas<sup>27</sup>.

El Papa Francisco en diversos comunicados ha animado a los católicos a no tener miedo del mundo digital y ha invitado a conocer y usar las redes sociales para ayudar a que la Iglesia se abra y salga al encuentro de las personas, en donde quiera que éstas se encuentren. Ha señalado también la necesidad de ser conscientes de los peligros que entraña el Internet, como la exclusión y la manipulación<sup>28</sup>, pero subraya que es necesario ir más allá y utilizar las redes para crear un sentido de unidad entre las personas que lleve a la solidaridad y a la búsqueda del bien común. Bastante, por otro lado, anima a los evangelizadores a no tener miedo de hacernos ciudadanos del mundo digital<sup>29</sup>. Pero enfatiza que es necesario acercarnos a la virtualidad desde un testimonio coherente al Evangelio para poder ser testigos creíbles del Resucitado.

Los Obispos Latinoamericanos reunidos en Aparecida (Brasil) en 2007 consideraron ya en su declaración que la cultura mediática existente implicaba la necesidad de reconocer los nuevos lenguajes para poder utilizarlos y favorecer un proceso de humanización de la sociedad<sup>30</sup>. Asimismo, señalaron que el Internet “puede ofrecer magníficas oportunidades de evangelización, si es usado con competencia y una clara conciencia de sus fortalezas y debilidades”<sup>31</sup>. Ya pasaron trece años de esa declaración y es momento de preguntarnos si como Iglesia hemos avanzado en este aspecto. Si estamos hoy más preparados para incorporar el Internet y las redes sociales en un esfuerzo evangelizador que nos lleve al encuentro de aquellas personas: niños, jóvenes y adultos que no frecuentan los templos. Si la Iglesia no se hace esta pregunta estará dejando de lado la posibilidad de anunciar el Evangelio acorde a las necesidades del mundo actual.

---

27 Bastante, 2015.

28 Francisco, 2014.

29 Bastante, 2015.

30 Arboleda, 2017.

31 CELAM, 2007, p. 487, citado en Arboleda, 2017.

Hoy necesitamos volver a pensar en una nueva evangelización que tome en cuenta las características de esta cultura emergente, en donde la fe tiene que entrar en diálogo con la cultura y los valores de la sociedad actual. De lo contrario el mensaje no sólo no sería aceptado, sino que corre el riesgo de ni siquiera ser percibido. En el mundo en el que vivimos parece ser que es necesario hacer ruido y alzar la voz para ser escuchados. Sin embargo, los evangelizadores deben entender que la Buena Noticia debe seguir siendo proclamada como un mensaje de paz, fraternidad y alegría<sup>32</sup>.

La Iglesia, además, debe ser consciente de que en la sociedad actual la idea de Dios cada vez va siendo más irrelevante o queda relegada a determinadas prácticas que se realizan en un templo cierto día de la semana, pero que tienen poca incidencia en la vida cotidiana. Si no partimos de esto, el mensaje no estaría tomando en cuenta las necesidades y características de los destinatarios a quienes va dirigido.

El sentido de la nueva evangelización sigue siendo el mismo que cuando este concepto tuvo su origen en el siglo pasado, es decir, que se vuelva a descubrir a Jesucristo como el Dios vivo y el Dios de la vida; que se promueva la civilización del amor y de la vida, para que el ser humano redescubra el sentido de la historia y de la humanidad<sup>33</sup>. La nueva evangelización consiste en anunciar a Jesucristo con nuevo ardor, con métodos diferentes y con nuevas formas de expresión. Es el mismo mensaje pero adaptado a los tiempos actuales<sup>34</sup>.

Para esto es necesario, según el Obispo Berzosa, volver a anunciar al Jesús histórico que une humanidad y divinidad, que proclama a un Dios personal que busca la salvación de toda la persona humana sin que el mensaje haga división entre lo sagrado y lo profano<sup>35</sup>. La Iglesia requiere retomar los valores actuales como la ecología, los derechos humanos, la inclusión e integrarlos al anuncio evangélico. Debe también resituar la vivencia de la religión sacándola de un ámbito individual y privado y llevándola a una dimensión que tenga resonancias públicas y comunitarias; es decir, se

---

32 Bastante, 2015.

33 Berzosa, 1998.

34 Pajuelo, 2017.

35 Berzosa, 2013.

requiere evangelizar la cultura actual con un corazón pastoral que sepa descubrir lo valioso del mundo de hoy. Para ello, se necesita que la persona se acerque a la escuela de Jesucristo, pues su lenguaje se adapta al momento, a la persona, y se percibe siempre fresco e innovador. Sus palabras iluminan el ambiente cultural en el que fueron dichas, pero también tienen mucho que decir en cada momento de la historia<sup>36</sup>.

La cultura emergente le presenta al proceso evangelizador una serie de retos que no son nuevos, pero sus características corresponden a los rasgos de la sociedad actual. Para evangelizar se requiere considerar que vivimos en un pluralismo ideológico en donde ya no hay absolutos ni prescripciones, por lo que el mensaje del Evangelio debe ser vivido y testimoniado para ser aceptado. Por otra parte, es necesario encontrar caminos para convivir con los nuevos valores como la tolerancia, el diálogo, la libertad, el feminismo, el pluralismo y la inclusión que con frecuencia cuestionan los principios religiosos y alejan a las personas de la religión<sup>37</sup>. Los evangelizadores necesitan acercarse a ellos con valentía y buscar puntos de encuentro desde el Evangelio.

En un mundo que promueve el individualismo y que, aunque valora la solidaridad para ciertas causas o momentos, se le dificulta vivir la dimensión comunitaria más allá de las redes sociales, la Iglesia enfrenta otro desafío: acercarse a la persona en su realidad para ayudarla a que más allá de sus necesidades salga al encuentro de los demás. Para ello, es necesario que no se perciba una Iglesia cómoda, dogmática, narcisista o moralista. Se requieren evangelizadores cercanos, coherentes, que busquen el ser más que el tener, el hacer o el poder. La evangelización, por tanto, debe poner el Kerigma como lo realmente importante, poner a Jesús y a su mensaje en el centro siendo ellos lo importante. Esto exigirá vivir según lo anunciado para ser creíbles en este mundo que todo lo ve y todo lo cuestiona; implicará respetar el proceso de los demás y estar dispuestos a convertirse en compañeros de camino a fin de poder narrar de forma creativa la historia de la salvación.

Para lograr esto en el mundo actual, hay que llegar a los entornos virtuales. La ciberevangelización no es otra cosa que evangelizar en este tipo de

---

36 Bastante, 2015.

37 Berzosa, 2013.

entorno. Y evangelizar, como lo señala Jesús en el momento de la Ascensión, es anunciar el Evangelio a todos los hombres para que se conviertan en discípulos del Señor Jesús<sup>38</sup>. Entrar en este ámbito significa hacer posible que el Evangelio salga al encuentro de los ciudadanos digitales y responda a la vocación misionera de la Iglesia<sup>39</sup>. Para poder realizar esta evangelización en el mundo digital es necesario ser conscientes de las características de la cibercultura, que se distingue por ciertos rasgos entre los cuales están la rapidez, la inmediatez, la telepresencia, así como la conformación de un nuevo lenguaje que trae consigo nuevos símbolos, valores y maneras de relacionarse y de hacer experiencia tanto de las cosas como de las personas<sup>40</sup>.

En un entorno digital la mediación ya no se realiza entre personas, sino que ahora las experiencias, el conocimiento y las relaciones están mediadas por dispositivos tecnológicos que se han vuelto omnipresentes y que no respetan tiempos ni lugares, pues invaden la intimidad de la persona. En este contexto es en el que la Iglesia debe adentrarse para llevar a cabo su labor evangelizadora.

En el mundo digital ya no hay fronteras definidas y las características culturales propias cada vez se homogenizan más. La vivencia de estar en una aldea global se va haciendo más cercana a nuestra experiencia pero, al mismo tiempo, el ser conscientes de nuestras diferencias y el buscar cuidar lo que nos distingue ha hecho que se exacerben los nacionalismos que dividen. Es en este entorno virtual que la presencia física deja de tener importancia junto con el concepto de autoridad y las convenciones sociales. Esto permite que la gente se exprese con mayor libertad, sin pensar en las consecuencias o sin considerar al otro, quien prácticamente no existe porque se diluye entre la enorme cantidad de personas a las que puede llegar el mensaje.

Todo lo anterior presenta un enorme desafío para la evangelización actual. No se trata sólo de aprovechar el Internet para hacer de manera virtual lo que antes se hacía de forma presencial. Es necesario realizar una reflexión seria sobre las características de la red, de las relaciones y del tipo de

---

38 Cfr. Mt. 28 en Biblia Latinoamericana, 1989, p. 607.

39 Bastante, 2015.

40 Arboleda, 2017.

comunicación que ahí se establece para “vivir la fe a partir de la lógica de la red digital”<sup>41</sup>. Para ello hay que comprender la cibercultura, conocer su lenguaje y sus posibilidades para vivir, expresar y testimoniar la fe en este nuevo entorno. Es necesario evitar caer en la tentación que permea los medios de comunicación y que parece señalar que quien hace más ruido o grita más fuerte es quien gana la batalla. La Buena Nueva debe seguir transmitiéndose como un mensaje de paz, alegría y fraternidad<sup>42</sup>.

El auge tan fuerte que ha tenido el Internet y las redes sociales responde al hecho de que las personas sienten una enorme necesidad de encontrarse, de relacionarse con otros<sup>43</sup>. Esta búsqueda de encuentros debe ser considerada como el punto de partida para la ciberevangelización. Así lo ha indicado el Papa Francisco al decir que el Internet favorece el encuentro y la solidaridad entre las personas, lo cual es un don de Dios<sup>44</sup>. Sin embargo, para que esto sea posible es necesario que los evangelizadores hagan uso de la creatividad y lograr que los entornos digitales se conviertan en lugares de salvación, de diálogo y de comunión. Para ello se requiere enseñar que la red es una continuidad del mundo real, que no está dissociada de éste y que por ello es muy importante fomentar en el ámbito virtual el testimonio auténtico y la humildad<sup>45</sup>.

Para poder enfrentar los retos que la evangelización digital le presenta a la Iglesia se requiere formar a los agentes de pastoral en diferentes dimensiones: en el conocimiento técnico de las tecnologías pero también en la espiritualidad para que el mensaje no esté desencarnado; en la creatividad para entrar en contacto con las nuevas culturas y en el conocimiento que suscite el amor y la valoración por el mensaje que la Tradición de la Iglesia ofrece; en el estudio de la Palabra y en la capacidad de imaginar formas de hacerla llegar a través de los nuevos lenguajes<sup>46</sup>. Sólo así la Iglesia estará preparada para hacer frente a los retos que el mundo actual le presenta.

---

41 Spadaro, 2014, en Arboleda, 2017, p. 170.

42 Bastante, 2015.

43 Pajuelo, 2017.

44 Francisco, 2014.

45 Pajuelo, 2017.

46 Ibid.

Spadaro señala seis desafíos que se presentan en un entorno digital con respecto a la evangelización<sup>47</sup>. Es necesario considerarlos para asegurar que el mensaje del Evangelio es significativo para los niños, jóvenes y adolescentes que hacen uso constante de las redes sociales y del Internet.

El primer desafío es la necesidad de pasar de la pastoral de la respuesta a la pastoral de la pregunta. Este reto tiene una vinculación estrecha con la saturación de información que padecemos en la actualidad. En párrafos anteriores se señalaba que, como acompañante, se debe cambiar el paradigma desde el cual se sitúa el docente para no visualizarse más como quien tiene la información y la transmite, sino como quien guía un proceso de aprendizaje. De esta forma se podrá ayudar al estudiante para que, considerando la información que tiene, vaya discerniendo qué datos son pertinentes, válidos y confiables. Otro aspecto indispensable es guiarlo para que utilice estos datos dando sentido y significado al mundo en el que vive.

Ante esta realidad, la Evangelización no puede simplemente convertirse en una más de las fuentes que presentan respuestas. Debe buscar que ante tanta información los jóvenes identifiquen la valiosa, decodifiquen el qué hacer con tantos datos y sobre todo se planteen las preguntas que son importantes para su vida<sup>48</sup>. Esto representa lo que conocemos como discernimiento espiritual; reto que debe atenderse en el proceso evangelizador.

Un segundo desafío consiste en pasar de la pastoral centrada en los contenidos a la pastoral centrada en las personas; lo cual implica sencillamente tener la capacidad de establecer un diálogo. Para ello se requiere saber comunicar un mensaje, pero sobre todo, saber escuchar, distinguir los intereses, las preocupaciones y las preferencias de las personas a quienes se debe evangelizar. El acceso como evangelizadores al mundo digital puede ser erróneo si sólo se preocupa por desarrollar contenidos que busquen llegar a un determinado número de audiencias. Eso sería repetir un esquema que ya está pasado de moda y que no funciona en la actualidad.

---

47 Spadaro, 2017.

48 Spadaro, 2017.

El mundo digital y las redes han favorecido que los jóvenes tengan una gran capacidad de participación y de retroalimentación frente a los mensajes que reciben. Por tanto, nada los aburre y los aleja más que sentirse receptores pasivos de un mensaje que no los toma en cuenta o que no les permite interactuar.

Muy unido a esto, el tercer desafío requiere que se pase de la pastoral de la transmisión a la pastoral del testimonio. La novedad que se vive en un entorno digital tiene que ver con el hecho de que las relaciones se viven en red, lo cual enfatiza el proceso de compartir<sup>49</sup>. Se comparten las mutuas relaciones, pero también lo que cada uno publica se hace del conocimiento de quienes están en la propia red. Entonces, en el mundo virtual el contenido que se hace público no puede deslindarse de la persona que lo ha publicado. Esto implica que para que la evangelización digital sea significativa se debe tratar de suscitar un encuentro entre personas y no sólo conformarnos con un ambicioso y bien definido plan para dar a conocer los contenidos básicos de nuestra fe. El testimonio, por tanto, es el medio indispensable para comunicar en este mundo que está marcado por la prevalencia de la imagen y en donde se requiere ver la realidad más que oír hablar sobre ella.

Como cuarto desafío se debe considerar el pasar de la pastoral de la propaganda a la pastoral de la proximidad. Este reto no consiste en una mercadotecnia evangélica sino en que el Evangelio se conozca, se comparta y se haga vida. Esto sólo se logrará en la medida en que, considerando el desafío anterior, se dé testimonio y se creen comunidades que compartan la fe, ya sea de manera presencial o virtual. La vivencia de la comunidad será la que permita hacer experiencia de ese Evangelio que exige hacerse prójimo unos de otros, que llama a vivir la solidaridad y la misericordia. En un entorno digital, la creatividad es importante para que la evangelización tenga resonancias concretas y cercanas para quienes están cerca.

Transitar de una pastoral de las ideas a una pastoral de la narración es un reto más para el trabajo evangelizador; no sólo cuando se habla en el mundo digital sino cuando se trabaja en cualquier contexto. La narración favorece la creación de significados y permite que la persona se involucre en el mensaje que está oyendo, lo haga suyo y lo personalice. Todo lo que se

---

49 Ibid.

realiza en Internet va dejando huella de cada paso que se da por la red, lo cual va construyendo el perfil y la historia en Internet a partir de los sitios que se visitan, de las actualizaciones de los estados, de las publicaciones que gustan, los comentarios que se escriben y de cualquier otra acción que se vaya realizando<sup>50</sup>. Esto va conformando una especie de película de la vida que se va compartiendo con los contactos en las redes sociales.

Esta experiencia que hace posible la red es lo que se debe conseguir con el trabajo evangelizador. Lograr construir una narración que implique un diálogo, una historia de vida que se comparte y se vive con otros, con aquellos con quienes se convive en el mundo virtual. Si se logra que cada persona fuera un “enlace vivo” que comunicara el mensaje y la buena noticia a través de sus redes sociales, se lograría revitalizar y darle interactividad al proceso evangelizador.

El último desafío que plantea Spadaro es una pastoral que esté atenta a la interioridad y a la interactividad. Este es un doble reto si se considera por una parte que el mundo en el que se encuentra la persona se caracteriza por el cambio constante, por la inmediatez y por la superficialidad. La dinámica que se propicia por medio del Internet favorece la hipertextualidad, el brincar de un lado a otro y la ligereza tanto en la lectura como en el compartir publicaciones o estados. Aunado a esto, la red favorece la interacción entre las personas más que la interiorización, por lo que para lograr que se den estos procesos de interioridad e interactividad es necesario que el mensaje se vaya construyendo entre las personas, además de que todas participen para que la experiencia sea como un tejido en el que todos van aportando experiencias con sentido y significado.

En un entorno virtual es muy importante hacer conciencia de que el proceso evangelizador va mucho más allá de transmitir un mensaje, de dar a conocer la buena nueva. El anuncio del mensaje es importante, pero sobre todo se requiere favorecer un encuentro con Jesús y con los hermanos que lleve a la persona a un camino de conversión y solidaridad. Por tanto, hay que cuestionar qué tanto los nuevos medios de comunicación influyen en la transformación de las personas, pues la inmediatez, la impersonalidad y la superficialidad son

---

50 Spadaro, 2017.



características que no ayudan en el trabajo evangelizador<sup>51</sup>.

La ciberevangelización no debe conformarse con el hecho de que se “participe” en las celebraciones virtuales, que se lean los mensajes o se compartan sin que esto tenga consecuencias en la vida de las personas. Todas las actividades, los mensajes y las publicaciones que se transmitan a través de las redes sociales y del Internet deben tener como finalidad un encuentro con Cristo y con los hermanos.

La cultura del encuentro es un rasgo de la fe cristiana que implica que “la fe sólo se hace cultura si ésta es en sí misma cultura del encuentro que abraza toda cultura, que sirve al encuentro de las personas en todas sus tradiciones y movimientos culturales<sup>52</sup>”. Para la Iglesia el diálogo y el encuentro son fines que es necesario lograr, por lo que cuando se use la red para evangelizar no debemos llenarla de mensajes religiosos. Es necesario crear espacios de encuentro que permitan entrar en diálogo con las culturas y con las personas, específicamente con aquellas que están alejadas de Dios o a quienes no se encuentran en los templos porque no están de acuerdo con lo que escuchan en las Iglesias. El entorno digital permite escucharlos y construir puentes que ayuden a compartir el camino de la vida y el mensaje del Evangelio.

Para poder hacer de la red un espacio evangelizador se necesita la capacidad de entrar en contacto con quienes tienen ideas diferentes a las propias, escuchar sin querer imponer mandatos moralizadores. Sin renunciar a las propias creencias, acercarse a las personas sin pretender ser los únicos en tener la razón y la verdad absoluta. Para ello se debe profundizar en lo que implica el paradigma relacional de la comunicación<sup>53</sup>. De esta forma entenderemos que no es posible evangelizar ofreciendo un mensaje unidireccional y que los contenidos religiosos no evangelizan por sí mismos. Para que el mensaje llegue a la persona debe mediar un encuentro, y para que ambos, encuentro y mensaje, sean creíbles se requiere la fuerza del testimonio, ya sea esto en el mundo real o virtual.

---

51 Sánchez, s.f.

52 Pajuelo, 2017, p. 6.

53 Pajuelo, 2017.

### 3.3 Los otros discípulos fueron en la barca

La clave para poder ofrecer respuestas pertinentes y con la intención de que lo que se haga sea para ir acercándonos a descubrir la voluntad de Dios y actuar en consecuencia es estar atentos a los acontecimientos y a los signos de los tiempos, porque la realidad misma habla y nos va indicando, desde una mirada de fe, qué es lo que Dios está pidiendo.

A San Juan Bautista de La Salle la atención a la realidad lo fue llevando a actuar con la intención de que cada acción fuera un reflejo de lo que Dios quería de él. Esto tuvo tan hondas repercusiones que hasta el día de hoy el proyecto de Dios, iniciado por Juan Bautista de La Salle sigue vigente. Las acciones emprendidas por Juan Bautista de La Salle partieron de la constante conciencia de permanecer en la presencia de Dios y de una contemplación profunda de la realidad para descubrir en ella la voluntad de Dios. Por otro lado, esto le permitía contagiar el espíritu del cristianismo en todas las personas y circunstancias en las que se vio inmerso. Es decir, para el Fundador la búsqueda de la voluntad de Dios era un ir y venir entre lo que Dios quiere y lo que acontece; con una mirada de fe sobre la realidad y con la realidad que se deja compenetrar de la mirada amorosa de Dios.

La Regla de los Hermanos de las Escuelas Cristianas inicia con la palabra “impresionados”. Esta palabra describe con precisión el vuelco en la historia de salvación de nuestro Fundador y los primeros Hermanos y, por lo tanto, de todos quienes hasta el día de hoy se sienten identificados con el carisma lasallista<sup>54</sup>.

Es por esto que la vivencia del carisma lasallista lleva a generar respuestas que obedezcan a la realidad inmediata con miras de eternidad. Es decir, no son respuestas para resolver sólo situaciones emergentes o urgentes, sino que éstas lleven a compromisos que provoquen la transformación de la realidad, sobre todo, de la persona.

Una forma para dar respuesta lo puede explicar la siguiente tabla, ya que desarrolla una interpretación sobre las virtudes del acompañante en la

---

54 Regla de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, 2015.

educación a distancia. Tiene la finalidad de hacer una actualización de la explicación del Hno. Agatón de las virtudes del buen maestro según San Juan Bautista de La Salle<sup>55</sup>. Dicha actualización sólo pretende ser una extrapolación de cómo debe vivirlas quien acompaña procesos de evangelización a distancia. Cabe mencionar que las definiciones son copia exacta del escrito antes mencionado y la actualización es elaboración propia, a partir de la experiencia vivida.

<b>Virtud</b>	<b>Definición</b>	<b>Habilidades que favorecen el desarrollo de la virtud</b>
Gravedad	Es una virtud que ordena todo el porte exterior del maestro, en conformidad con la modestia, el decoro y el buen orden.	El lenguaje no verbal expresa lo que la mente, el corazón y el espíritu quieren decir a través de la palabra grabada en audio y video.
Silencio	Con este nombre designamos aquí cierta prudente discreción en el uso de la palabra; de manera que el maestro sepa callar cuando no debe hablar, y hablar cuando no debe callar.	Tomar conciencia de que el mensaje a compartir por redes sociales debe considerar que las palabras sean las suficientes para provocar reflexión.
Humildad	Es una virtud que, haciéndonos debida justicia, nos inspira bajos sentimientos de nosotros mismos, así nos da a conocer lo que somos, según estas palabras del Apóstol: <i>¿Qué tienes que no hayas recibido? Y si todo lo has recibido, ¿de qué te glorías?</i>	Inspirar sentimientos en el mensajero para que el Mensaje sea más importante que el misionero.

55 Hno. Agathón, 1785 en Gonliev, 1785.

Prudencia	La prudencia es una virtud que nos da a conocer lo que debemos evitar, y nos indica los medios seguros y legítimos de conseguir un fin laudable.	Discernir cuál es la mejor herramienta digital para que el mensaje llegue de manera pertinente.
Sabiduría	Es la virtud que nos da a conocer las cosas según los principios más excelentes, y nos mueve a obrar conforme a ellos.	Conocer a profundidad el uso y manejo de las herramientas digitales y redes sociales, para que a través de éstas lo que se comparta sea con calidad.
Paciencia	Es una virtud que ayuda a sobrellevar sin murmurar y con sumisión a la divina voluntad, todos los males de esta vida, y en especial, al maestro, las penalidades ajenas a la educación de la juventud.	Controlar con serenidad las posibles fallas en la conexión, en la subida o reproducción de videos, es decir, lo que suceda ajeno a lo planeado. También ayuda a sobrellevar el ritmo de respuesta y acogida del Mensaje a través de los medios digitales.
Mesura	Es una virtud que nos inclina a hablar y obrar con moderación discreta y modestia.	Elaborar guiones y mensajes acordes al medio digital que se utiliza para potencializar la respuesta.
Mansedumbre	Es una virtud que nos inspira bondad, clemencia y ternura.	Subir en redes todo aquello que inspire en el otro a corregir y enmendar actitudes que apartan de la bondad, la clemencia y la ternura.
Celo	El celo es una virtud que nos mueve a procurar con gran afecto la gloria de Dios nuestro Señor.	Innovar y crear con miras a agradar a Dios.

Vigilancia	Es una virtud que nos infunde diligencia y exactitud en el cumplimiento de nuestros deberes.	Mantener la atención a monitorear el <i>engagement</i> para provocar la mejora constante y permanente.
Piedad	Es la virtud que nos ayuda a cumplir dignamente nuestros deberes para con Dios.	Descubrir en las redes sociales un medio para acercarnos a Dios, dignificándolas a través del buen uso.
Generosidad	Es una virtud por la cual sacrificamos voluntariamente nuestros intereses personales a los del prójimo.	Dar todo: tiempo, conocimiento, creatividad, recursos.

Fuente: Elaboración propia.

La herencia lasallista ha sido enriquecida por estas virtudes que de manera transversal, el acompañante lasallista hace vida en el quehacer educativo y hoy, a través de este proyecto, se actualiza por medio de habilidades digitales que ayudan a seguir construyendo y favoreciendo la apropiación de estas virtudes.

A su vez, esta herencia lasallista se enriquece por el santo y seña de los lasallistas en el mundo, que es la jaculatoria: “*Viva Jesús en nuestros corazones... por siempre*”. En cualquier parte en donde exista un encuentro entre lasallistas provenientes de diversas regiones esta jaculatoria es una forma de saberse parte de esta gran familia.

Para mantener la vitalidad que da fuerza a una frase como la anteriormente se requiere fundamentarla en la vivencia de comunión. Dicha experiencia es dinámica, por lo que está en constante cambio pues parte de la atención a la realidad. Esto último es inherente a quien se autodenomina lasallista. Así, la persona está atenta a las circunstancias para dar respuestas, no de manera individual sino junto con otros en aras del bien común. Este

dinamismo aunado a las respuestas creativas dan vitalidad a las personas que, en comunidad, ofrecen a los escenarios cambiantes del siglo XXI<sup>56</sup>.

El trabajo realizado en el proyecto *Misioneros desde casa* mantuvo este dinamismo del que estamos hablando. Se reconoció una necesidad que llevó a responder con creatividad e innovación como comunidad. Se conformó una comunidad que buscó herramientas digitales para planear, desarrollar y evaluar el acompañamiento en la evangelización a distancia. De hecho, si se quiere caracterizar a la comunidad formada para dar vida a este proyecto, es posible utilizar cuatro conceptos que se consideran en la circular 461: unidad, diversidad, respuesta y flexibilidad; los cuales están entrelazados implicándose mutuamente. Así los podemos comprender de esta forma<sup>57</sup>:

La unidad es inherente a quien se considera lasallista, sólo que ésta tiene un para qué, no se da en función de sí misma. Se vive de tal forma que busca provocar transformaciones, cambios, aprendizajes, y no sólo a la comunidad inmediata sino a todos los que entran en relación con la misión que surge y alimenta esta unidad. Esta unidad requiere de rostros y carismas, de ahí la diversidad. Cada una de las personas que conforman esta unidad aporta sus riquezas y experiencias para que la misión se vea favorecida y los resultados sean más permanentes.

Por lo tanto, las respuestas generadas son resultado de la unión (comunidad) de personas que, gracias a la diversidad que representa cada una de ellas, hace posible que se construyan nuevos escenarios para que las respuestas que se generen tengan dos características: estén acordes a la voluntad de Dios y tengan el espíritu de fe que caracteriza al lasallista.

Y por último, la respuesta debe ser flexible. En este caso, es el rasgo que ha tenido mayor fuerza, debido a que los recursos con los que se cuentan para evangelizar a distancia varían en demasía y, por lo tanto, las adecuaciones realizadas fueron una característica constante del proyecto de *Misioneros desde casa*. Por ello, la experiencia realizada fue que la comunidad lasallista a distancia partió de la unidad, atendió la diversidad enriqueciéndose para dar

---

56 Consejo General La Salle, 2015.

57 Consejo General La Salle, 2010.

respuestas pertinentes utilizando recursos que favorecieron la flexibilidad.

El 45° Capítulo General de los Hermanos de las Escuelas Cristianas manifiesta en la circular 470, emitida por el Consejo General (2015), la estructura de temas y subtemas que dan una perspectiva común para el caminar del Instituto y de la Familia Lasallista. Es por esto que en el año escolar 2017- 2018 se propuso el tema de *Lasallistas sin fronteras* y, en su debido momento, se dieron las orientaciones para la vivencia de este lema en la Reflexión Lasallista 3<sup>58</sup>.

La Salle es una comunidad global en donde se han incrementado las posibilidades de compartir experiencias debido a que se ha favorecido la comunicación entre las obras educativas en todo el Instituto. Esto ha sido posible gracias a que se ha aprovechado y potenciado la red por medio de las tecnologías de información y comunicación. Lo anterior es un ejemplo claro de cómo el trabajo educativo y pastoral va más allá de las fronteras, ya que se pueden conocer experiencias desde cualquier parte del mundo, incluso de manera sincrónica.

El documento reconoce el cambio demográfico debido a fenómenos migratorios, los cuales han existido desde que el ser humano está en la Tierra. Sin embargo, los impactos son diferentes dependiendo de la época en la que se encuentre la humanidad. En el siglo XXI, según la Reflexión Lasallista número 3<sup>59</sup>, las transformaciones han ido desde cambios en la estructura familiar y el papel de la mujer como fuerza económica, hasta el mapa religioso del mundo.

Según este documento, la participación de los lasallistas ha aportado importantes innovaciones en relación a estas transformaciones considerando dos principios. El primero de ellos es en torno a reconocer que la Buena Nueva es para todos. Por ello, el proyecto de *Misioneros desde casa* centró el mensaje en crear nuevas formas de compartir el Evangelio y de llevarlo a cualquier lugar, en donde las circunstancias se convirtieron en el pretexto para que se realizara dicha innovación y llegar a la mayor cantidad de personas

---

58 Consejo General La Salle, 2017.

59 Ibid.

posible. El segundo principio es el continuo proceso de discernimiento que se vive a con respecto al Instituto para reconocer cuáles son las fronteras y para que las acciones sean pertinentes. En nuestro caso, implicó el reconocer que los límites físicos para evangelizar estaban constituidos por la misma casa de los misioneros. Fue entonces que el discernimiento para innovar permitió conectar el trabajo tradicional de misiones de Semana Santa con la evangelización a distancia utilizando las tecnologías de la información y comunicación.

De esta forma, aprendimos a partir de la experiencia que el conocimiento, la comprensión, el anuncio de la Buena Nueva para todos y el discernimiento son ejes para que los lasallistas realicemos un trabajo evangelizador creativo e innovador. Por otra parte, también corroboramos que cuando se habla de la Misión Educativa Lasallista las fronteras no existen.

### **PARA LA REFLEXIÓN. Compartiendo horizontes**

¿Cuáles son los referentes sociales que nuestros estudiantes toman en cuenta para valorar su vida y sus actuaciones?

¿De qué manera podemos trabajar una experiencia pastoral que vaya más allá de la foto, la selfie para la publicación y que sea capaz de salir al encuentro del otro?

Si una de las características de las generaciones actuales es la necesidad de ser protagonistas del proceso de interacción que se da a través de los medios de comunicación, ¿cómo podemos favorecer el protagonismo de nuestros estudiantes en el proceso evangelizador?

Considerando lo que dice Sánchez (s.f) que en el mundo virtual el mensaje es el que asume todo el liderazgo ¿Cómo podemos aprovechar esto para dar a conocer la Buena Nueva de salvación?

¿Qué desafíos vemos para evangelizar en nuestro entorno concreto?



## IV. ES EL SEÑOR

## IV. Es el Señor

**S**an Juan Bautista de La Salle y los primeros Hermanos del Instituto buscaron en todo momento formas innovadoras y concretas de cumplir su misión. A ejemplo de ellos, en marzo de 2020, la Pastoral Infantil y Juvenil del Distrito México Norte dio a conocer la convocatoria *“Misioneros desde casa”*, la cual invitaba a *organizar nuevas formas de oración, evangelización y participación en Celebraciones Litúrgicas de Cuaresma, Semana Santa y Pascua a través de medios digitales.*

Para la ejecución de las actividades se hizo hincapié en que el trabajo se debía realizar de manera virtual y a distancia desde algún dispositivo que se tuviera en el hogar. En ningún caso se debía interactuar en persona, evitando así poner en riesgo a los integrantes de la comunidad misionera. Algunas de las propuestas iniciales que se compartieron en dicha convocatoria fueron las siguientes:

- Compartir contenidos desde cuentas oficiales usando publicaciones similares en redes sociales con el uso de las etiquetas: #SomosLaSalle #MisionerosDesdeCasa #GrandesCosasSonPosibles.
- Coordinar y organizar con las parroquias y zonas que se hubieran visitado en Semana Santa para:
  - Incluir lo más posible en esta iniciativa a los agentes pastorales locales.
  - Enviar materiales didácticos para catequesis.
  - Compartir testimonios de Misiones.
- Crear “Oratorio en casa” para el seguimiento virtual de Celebraciones Litúrgicas.
- Producir y difundir breves video-catequesis para cada día de la Semana Santa.

- Servir a adultos mayores o personas enfermas del entorno local para ayudar en compras y necesidades por parte de Ministros Extraordinarios de la Comunión.
- Colgar mensajes de esperanza para adornar ventanas, balcones, azoteas.
- Crear “challenges” (retos) con contenido evangelizador.
- Elaborar esquemas de oración compartida virtual para los grupos que acudirían a las Misiones de Semana Santa:
  - Mañana: Evangelio del día y compromiso.
  - Noche: Compartir frutos de la oración y “challenges” con hashtags oficiales.
- Promover en los equipos de animación la lectura comentada de alguno de estos libros:
  - *Testigos del Señor Jesús*, Enrique Ponce De León.
  - *Contemplaciones de papel*, José María Rodríguez Olaizola.
  - *De amor herido*, Emilio Mazariegos.

Para poder mostrar el éxito obtenido dentro de las actividades realizadas, es preciso utilizar un lenguaje que se adapte a la realidad a la cual estuvo respondiendo el proyecto. Por ello se utilizarán palabras como *engagement*, *likes*, *retweet*, *etiquetación* etc., que hablan de la participación de las personas y del alcance que lograron los materiales. Más que dar un informe de los resultados, podríamos hablar de aspectos que fueron significativos dentro del proceso de evaluación para así compartir lo que se logró junto con lo que consideramos que son áreas de oportunidad para tomar en cuenta en futuros proyectos de este tipo.

El análisis en torno a la interacción con el contenido se realizará con base a los posteriores resultados obtenidos de las actividades de Semana Santa.

El análisis web trata de conocer el *engagement* a través de la conducta mostrada por los usuarios mediante su actividad en las plataformas digitales. Para ello se obtienen una serie de métricas, cuantificando variables como visitas, tiempo de permanencia, y número de seguidores o *clicks* como “*Me gusta*”, *compartir* y *comentarios*<sup>60</sup>.

El análisis que se presenta a continuación integra los tres bloques de actividades que se realizaron durante la semana de actividades del proyecto *Misioneros desde casa*. Estas actividades se dividieron de la siguiente manera:

- **La campaña de expectativas**, es decir, las publicaciones de difusión que se realizaron antes y durante Semana Santa.
- **Semana de ejecución de actividades**, hace referencia al tiempo en el que se llevaron a cabo las videocatequesis, manualidades, retos virtuales, jornadas de oración por videollamada, entre otras.
- **Celebraciones litúrgicas virtuales**, que también generaron participación e interacción en las diferentes plataformas en donde se llevaron a cabo las celebraciones tradicionales para la vivencia de la Semana Santa, desde un enfoque y significado diferente.

Hoffman y Fodor (2010) evalúan el éxito en las redes sociales a través de un marco de tres etapas: “La primera de ellas mide la conciencia del usuario respecto a la información de las plataformas digitales a través del número de fans, la segunda calcula un nivel de *engagement* a partir del número de *likes* y comentarios, mientras que la tercera etapa se refiere la propagación boca-a-boca por parte de los usuarios, por ejemplo, compartiendo los *posts*”<sup>61</sup>. Las personas que participaron compartieron en sus redes las actividades planeadas en las que participaban; de ahí que el análisis también integra la dinámica de la actividad, las características de la publicación, junto con otros elementos que se describirán más adelante.

---

60 Ballesteros, 2018.

61 Hoffman y Fodor, 2010, p. 105 en Ballesteros, 2018.

## 1. Campaña de expectativas

En la Campaña de expectativas se abordaron las actividades previas a la Semana Santa. Mediante el uso de las redes distritales como Facebook, Twitter, Instagram se realizaron publicaciones para informar a los seguidores las acciones que se llevarían a cabo. Al realizar el análisis de las publicaciones que tuvieron más interacciones y que fueron compartidas más veces nos encontramos con que fue la primera publicación realizada. Esta consistió en una invitación abierta a sumarse al proyecto *Misioneros desde casa*. El programa de las actividades y el horario de las transmisiones que se llevarían a cabo durante los próximos días fue la otra publicación que tuvo mayor interacción y fue altamente compartida.

Estas dos variables las podemos denominar como contextuales. Cvijikj y Michahelles (2013) las definen como variables que cuentan con tres elementos: 1. contenidos; 2. formato de publicación; y 3. momento de publicación<sup>62</sup>. El contenido de la invitación menciona: “sigue, comparte, y difunde las publicaciones de las redes distritales”, junto con el título *Misioneros desde casa*. El formato de la publicación jerarquiza el uso del hashtag *Misioneros desde casa*, con el logo distrital y en el centro la palabra “próximamente”, junto con la frase antes mencionada (ver publicación 1). El momento de la publicación fue una semana después de que se declaró la cuarentena en México. Se buscó aprovechar el ímpetu de las instituciones con respecto a esta actividad y ofrecer una alternativa a la acción misionera habitual.

La segunda publicación con más interacción o viralidad, que según Ballesteros (2018) es la actividad que engloba los tres botones de “Me Gusta”, “Comentar” y “Compartir”<sup>63</sup>, fue el programa con las actividades. En su contenido se exponían las actividades, la fecha, hora y lugar en que se iba a llevar a cabo la transmisión de las celebraciones litúrgicas que acompañan la vivencia de la Semana Santa. Esta publicación fue lanzada el viernes previo al Domingo de Ramos (ver publicación 2).

---

62 Cvijikj y Michahelles, 2013 en Ballesteros, 2018.

63 Ballesteros, 2018.

En este ámbito se puede concluir con lo que menciona Ballesteros:

En cuanto al tipo de contenido, parece que los contenidos más estrictamente informativos no son los que causan un mayor *engagement* por parte de los seguidores, en comparación con contenidos persuasivos que incluyen apelaciones emocionales o filantrópicas, o bien con contenidos de entretenimiento esto es, que no se refieren directamente a la marca o los productos del administrador de la página, sino que plantean una intriga, un eslogan o un juego, en lo que podría ser una estrategia de gamificación<sup>64</sup>.

### ***Publicaciones:***



### ***Publicación 1***



### ***Publicación 2***

64 Ballesteros, 2018, pp.111-112.

## 2. Semana de ejecución de actividades: videocatequesis y manualidades

### a) Videocatequesis de Semana Santa.

Con la colaboración de múltiples integrantes de la Coordinación de Pastoral en el Distrito, se compartieron Videocatequesis con la intención de profundizar en la fe a partir de los hechos celebrados y vividos en Semana Santa.

Dichas catequesis estuvieron disponibles en las diferentes redes sociales distritales, principalmente por medio de transmisiones en vivo en el canal de YouTube del Distrito México Norte, a partir del Domingo de Ramos hasta el Domingo de Pascua. La línea temática que se llevó, fundamentada en el lema “Grandes cosas son posibles”, fue la siguiente:

#	DÍA	TEMA
1	Domingo de Ramos	Grandes cosas son posibles con Jesús.
2	Lunes	Dios ha hecho posibles grandes cosas.
3	Martes	La misericordia de Dios es maravillosa.
4	Miércoles	El Poderoso ha hecho obras grandes por mí.
5	Jueves Santo	El amor hace posibles grandes cosas.
6	Viernes Santo	Jesús nos salva por amor.
7	Sábado Santo	Cristo VIVE.
8	Domingo de Gloria	Mi vida, mi misión.

La estructura general de cada Video Catequesis fue la siguiente:

#	ELEMENTO DE LA CATEQUESIS	TIEMPO
1	Saludo - Bienvenida (recordarles el día de la semana de esta catequesis)	30 segundos
2	Oración inicial	1 minuto
3	Presentación del tema	30 segundos
4	Hechos de nuestra vida	45 seg. / 1 min.
5	La palabra de Dios ilumina nuestra vida	45 seg. / 1 min.
6	Expresamos nuestra fe (puede ser personal o vincularlo con el compromiso)	45 seg. / 1 min.
7	Compromiso (presente, particular y eficaz)	30 segundos
	Total	De 5 minutos a 5.5 minutos máximo

Se crearon materiales adaptados a los diversos grupos de edad:

- Niños y niñas de 5 y 6 años
- Niños y niñas de 7 y 8 años
- Niñas y niños de 9 y 10 años
- Niñas y niños de 11 y 12 años
- Adolescentes de 13 y 14 años
- Adolescentes 15 y 16 años
- Jóvenes de 17 y 18 años
- Jóvenes de 19 a 21 años
- Jóvenes de 22 a 25 años
- Jóvenes adultos de 26 años en adelante



En lo que respecta a la interactividad de las videocatequesis, la mayoría de las grabaciones del domingo tuvieron un gran número de vistas y difusión. Sin embargo, los días siguientes la interactividad fue a la baja. Cuando se habla de interactividad, se alude a los tres botones clásicos (Me gusta, Comentar, Compartir) que pueden tener diferente formato en cada red social. Gerodimos y Justinussen (2015) encuentran que estas tres acciones son diferentes no sólo en términos de esfuerzo, sino que suponen “diferentes significados y constituyen diferentes formas de interactuar con un mensaje dado (...) un ‘Me gusta’ es posiblemente una forma de afirmar o ratificar lo que se dice; un comentario permite expresar su opinión, y compartir es difundir información con sus propias conexiones”<sup>65</sup>.

Para poder analizar las diferencias de comportamiento en torno a esta variable, surgen las siguientes preguntas: ¿qué contenido se manejó en el video? ¿Cuál era el perfil de la persona que conducía el video? ¿cuánto duró? También es necesario considerar otros elementos del contexto como ¿qué día se publicó? ¿A qué hora? Así como aspectos del contexto de la publicación, ¿Qué video tuvo más baja visualización? ¿A qué edad corresponde?

¿Por qué disminuyeron las visualizaciones? Pues existen varios elementos. Reconozcamos que existe un perfil general para las personas que ayudaron a la elaboración de estos videos. Sin embargo, el número de seguidores que tienen en sus propias redes es un factor que, aunque no es determinante para el nivel de interacción de las videocatequesis, sí influye en la dinámica del compartir en las redes sociales. Además, existen otros factores que también afectaron la situación analizada en lo que respecta a las videocatequesis. Entre ellos tenemos la experiencia básica en el uso de redes, la competitividad que existe en la creación del contenido digital, la premura del tiempo debido al momento en que se anunció la contingencia sanitaria y algunos otros que se fueron presentando. No obstante, la experiencia realizada logró impactar positivamente, a pesar de que la interactividad se fue reduciendo conforme pasaron los días de la Semana Santa.

---

65 Gerodimos y Justinussen, 2015, p. 9 en Ballesteros, 2018.

## b) Actividades del Movimiento Infantil y Juvenil Lasallista.

La Pastoral Infantil y Juvenil del Distrito México Norte se materializa en el Movimiento Infantil y Juvenil Lasallista, que está compuesto por los siguientes niveles de formación:

- Grupo Estrella (niñas y niños de primaria).
- Grupo Chevrón (preadolescentes de primaria).
- Grupo Torre (adolescentes de secundaria).
- Grupo Salla (jóvenes de preparatoria).
- Grupo Indivisa Manent (jóvenes universitarios y antiguos alumnos lasallistas).

Es importante señalar que este año, derivado de la pandemia, fue la primera vez que se invitó a participar a todos los integrantes del Movimiento en las actividades de Semana Santa. Las propuestas por nivel fueron las siguientes:

- **Estrella:** Transmisión en vivo de manualidad con contenido catequético.
- **Chevrón:** Mensajes de esperanza y búsqueda de pistas en videos cortos de Instagram.
- **Torre:** Rally de retos en Instagram y TikTok.
- **Salla:** Lectura espiritual en línea (por videollamadas), publicación de frutos y frases en redes sociales.
- **Indivisa Manent:** Encuentro diario en Telegram para oración y reflexión compartida.

### c) Misión a Distancia

Varios integrantes de las comunidades educativas lasallistas del Distrito México Norte realizan cada año actividades de evangelización en diversas zonas marginadas del país. Debido a la contingencia sanitaria, en el 2020 no se pudieron llevar a cabo los programas ordinarios, por lo que se hizo la propuesta de organizar una misión a distancia que permitiera «crear un vínculo entre los misioneros y las comunidades, dando acompañamiento a distancia a las familias y anunciar que, de un modo u otro, Cristo pone los medios para llegar a cada corazón».

### 3. Celebraciones litúrgicas virtuales

Ante la imposibilidad de asistir a las celebraciones litúrgicas debido a la contingencia sanitaria, se llevó a cabo un manual para el acompañamiento litúrgico a todos los integrantes de la comunidad lasallista. El documento llamado “*Manual de Vivencia Litúrgica y Espiritual de la Semana Santa en casa*” contenía una oración para cada día de la Semana Santa estructurada de la siguiente forma:

- **Interioriza:** Momento de oración del día.
- **Celebra:** Momento para recordar en familia la vivencia de los días santos (Domingo de Ramos, Jueves Santo, Viernes Santo y Domingo de Pascua).
- **Únete:** Transmisiones en vivo y celebraciones distritales a través de alguna red social
- **Recuerda:** Cierre del día. Espacio para recordar lo interiorizado, lo celebrado y lo vivido.

Las transmisiones que se llevaron a cabo en la sección “Únete” fueron:

- Celebración del Domingo de Ramos desde el Postulantado Interdistrital en Ciudad de México.

- Jornada Vocacional Lasallista desde la Casa de Formación La Salle en Guatemala.
- Hora Santa desde el Escolasticado Distrital en Monterrey, Nuevo León, México
- Vía Crucis animado por familias del Distrito México Norte.
- Orientaciones para la Vigilia Pascual animado por el H. Alejandro González Cerna desde Tierra Santa.
- Celebración Pascual desde la Comunidad de El Salto, Durango, México.

Es importante señalar que aunque hubo diversas actividades en vivo, éstas fueron las que tuvieron mayor interacción en las redes sociales. Cada día hubo una publicación en las tres redes sociales distritales (Facebook, Twitter, Instagram) para recordar a los seguidores la hora y lugar de transmisión.

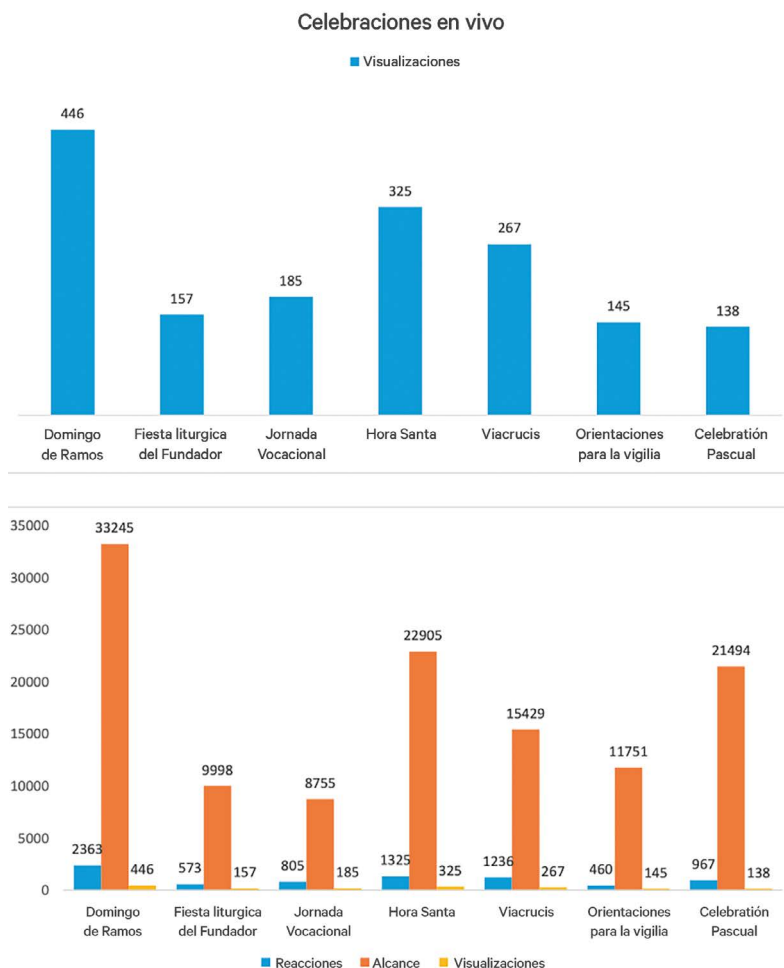
En estos eventos se repitió la tendencia anterior en la que después del domingo se dio una disminución en las interacciones, como en el caso de las videocatequisis. Con todo, exponemos este ámbito por la reacción significativa que hubo pues fueron las transmisiones que más se compartieron y que tuvieron más visualizaciones. Su impacto fue positivo y con un alcance que superó las expectativas del equipo coordinador gracias, quizá, al uso de Facebook -la plataforma con más seguidores- y gracias a la influencia de las personas que llevaron a cabo cada una de las transmisiones (Ver gráfica 1).

Como menciona Linares (2013): *“Los consumidores aprovechan cada vez más sus redes de amigos, fans y seguidores, para descubrir, analizar y adquirir bienes o servicios, de formas cada vez más sofisticadas”*. Castells y otros (2007, p.61) señalan que *“en la web 2.0 el usuario de Internet es al mismo tiempo receptor y emisor, esto es posible gracias al llamado software social, un conjunto de herramientas, servicios y dispositivos informáticos que permiten producir contenidos que posteriormente circulan por Internet”*<sup>66</sup>.

---

66 Linares 2013, p. 41.

Para fines de este análisis, los consumidores se pueden definir como las personas que ayudaron a la realización de las celebraciones litúrgicas, ya que fueron ellas quienes difundieron las publicaciones en las que se presentaba la hora del “en vivo” por Facebook. Conforme se veía la necesidad de hacer algún ajuste los encargados comunicaban al equipo coordinador los detalles a mejorar. Esta dinámica de evaluación continua fue valiosa, ya que permitió hacer mejoras para la siguiente celebración. Aunque la tendencia fue a la baja, el impacto en torno al alcance fue positivo en su mayoría, aspecto que no se vio en las videocatequisis o en los grupos de pastoral.



*Gráfica 1*

Niños, jóvenes y adultos lasallistas que vivieron y colaboraron en estas *Misiones desde casa* enviaron sus testimonios por escrito. En ellos describen los aprendizajes que adquirieron, las actividades que más aprovecharon, los valores que reforzaron y su punto de vista del proyecto “*Misioneros desde casa*”.

Esta iniciativa permitió a los lasallistas tener una experiencia única de la Semana Santa. Por ejemplo, Patricia Martínez comenta que “*fue una misión y vivencia de Semana Santa muy especial*”, además, varios jóvenes misioneros se animaron a continuar misionando de esta manera en su hogar que es donde comienza a formarse nuestra Familia Lasallista.

Es interesante saber que, en la mayoría de los testimonios, las personas hablan sobre la unión que surgió en sus familias durante estas misiones. Los niños, en las pocas palabras que escriben, muestran lo mucho que les gustó estar acompañados por sus padres y hermanos a lo largo de la Semana Santa.

Para la mayoría de los lasallistas, según sus testimonios, la fe es el valor que más fortalecieron en estas misiones. Michelle Gámez comenta: “*Mi fe realmente se fortalecía cada vez más*”. Además, los jóvenes misioneros aprovecharon para poner en práctica en sus familias todo lo que han aprendido en sus experiencias de misiones anteriores con las diversas comunidades que visitaban.

Las actividades y medios más útiles que se señalaron en los testimonios fueron las videocatequisis dirigidas para el público en general en YouTube, el *Manual de Vivencia para Semana Santa*, las lecturas espirituales para los jóvenes y las manualidades para los niños.

Estas misiones tan distintas permitieron a los niños conocer más sobre la vida de Jesús por medio de las actividades que realizaron. Por otro lado, los adultos y jóvenes dicen haber disfrutado la reflexión realizada con el material proporcionado. Varios lasallistas testimoniaron que esta misión desde casa dejó frutos en sus vidas. Ana Carolina Sandoval expresa que “*los frutos de esta Semana Santa desde casa fueron paz y esperanza en estos tiempos difíciles*”.

Los colaboradores que participaron en la elaboración de este proyecto consideran *“que la propuesta es innovadora, actual y muy práctica para la situación que estamos viviendo a nivel mundial”*, tal y como lo menciona Emiliano Saucedo. Además, dicen haber tenido una experiencia enriquecedora. Por ejemplo, a Claudia Cervantes le tocó participar junto con su familia en el Viacrucis y menciona lo siguiente: *“Como familia nos ayudó a comenzar esta cuarentena más unidos, conociendo y sintiendo todo lo que Dios hizo por nosotros, que como hombre tuvo mucho dolor, sufrimiento, pero nunca dudó en hacer la voluntad del Padre. Muchas veces nos quejamos por lo que nos pasa, renegamos por nuestro cansancio y nos quejamos por todo lo ‘malo’ que nos sucede, pero ahora, entiendo que nunca nos pasa algo ‘malo’ sin una bendición detrás. Nunca dejemos de tener fe, nunca dejemos de seguir la voluntad del Padre y que Él sea quien guíe nuestra vida para servir y hacer su voluntad”*. Al formar parte de esta comunidad lasallista, los colaboradores consideran una bendición el haber tenido la oportunidad de crear contenidos para este proyecto y se sienten honrados por ello.

Para Adriana Victoria Hernández *“esta experiencia de misiones digitales fue un gran reto, pero el resultado demostró la tenacidad y constancia de muchos lasallistas dispuestos a continuar con la misión.”* Y Carlos Adrián Sánchez menciona: *“Grandes cosas son posibles pues considero que este trabajo fue más allá de lo esperado”*.

Debido a los comentarios recibidos por los distintos participantes y colaboradores en esta Semana Santa desde casa, se puede concluir que fue un proyecto que generó experiencias muy positivas en las familias; además, permitió a las distintas instituciones de la Región Latinoamericana Lasallista unirse en una sola misión con el objetivo de seguir evangelizando a pesar de la situación actual.

## **PARA LA REFLEXIÓN. Compartiendo horizontes**

¿Qué experiencias creativas de evangelización has vivido en tu centro educativo?

¿Qué sueños podemos hacer posibles para favorecer en nuestros estudiantes y en nosotros mismos, la experiencia personal con Jesús Resucitado?

¿Qué ruta o claves pastorales implementar para evangelizar con las redes sociales institucionales? ¿Qué características debería tener esta campaña? ¿qué recursos utilizar?



## V. LA RED NO SE ROMPIÓ

## V. La red no se rompió

**E**l camino realizado durante la Semana Santa de 2020 y durante el proceso de documentación de la experiencia *Misioneros desde casa* fue semejante a la vivencia que tuvieron los discípulos que en un primer momento no reconocieron a Jesús Resucitado. También a nosotros nos tuvo que indicar hacia dónde debíamos tirar la red para realizar nuestra labor evangelizadora. Por ello hemos querido compartir lo que vivimos, pues sabemos que este mar de la virtualidad es un terreno en donde también debemos anunciar el Evangelio. Como lo hemos constatado, si los jóvenes no nos encuentran a nosotros y escuchan la Palabra de Dios en esos espacios, habrá otros que les hagan llegar su mensaje y su propuesta de vida.

El resultado de esta experiencia, más allá de llevarla al plano funcional, ayudó a estructurar aprendizajes en campos anteriormente no explorados, en un campo misionero diferente, como lo es el de la virtualidad. El trabajo en equipo, la identidad lasallista y la misión de Semana Santa, lograron estar por encima de la inexperiencia en el uso de los medios digitales en pro de la construcción del Reino de Dios. Y aunque el tiempo para responder fue muy corto, abrió nuevas posibilidades para que nos replanteemos la misión de Semana Santa y diversos proyectos pastorales que son leídos a la luz de aquella exhortación del Concilio: “Los signos de los tiempos”.

¿Habrá más proyectos así? ¿Se regresará a la ansiada normalidad? Esta y otras preguntas invitan a alentar procesos formativos en donde se involucre a la comunidad educativa, en este caso, a la comunidad distrital, a formar parte y a aportar sus dones para llevar a cabo una misión. Nuestro deseo es que esta experiencia abra caminos a otras formas de realizar la misión educativa dentro de situaciones que nos descolocan de lo habitual y acostumbrado.

La crisis que generó la pandemia del COVID-19 ayudó a pensar lo impensable: “¿Cómo ir de misiones si no vamos a los pueblos?” Sin embargo, la situación que vivíamos y nuestra identidad lasallista nos urgió a hacer algo, lo que nos permitió experimentar en carne propia la novedad de la tecnología en la evangelización y vislumbrar así sus potencialidades. No cabe duda de que las redes sociales son uno de los mejores medios para

evangelizar el mundo de hoy. Si queremos que el mensaje de Jesús llegue a muchas personas y toque sus corazones, la red de redes es el medio o el “continente digital”, como lo señaló el Papa Benedicto XVI : *“A ustedes, jóvenes, que casi espontáneamente se sienten en sintonía con los nuevos medios de comunicación, les corresponde de manera particular la tarea de evangelizar este ‘continente digital’”*<sup>67</sup>.

Esta crisis, esta contingencia, estos signos de los tiempos que intempestivamente plantearon una pausa en el mundo, nos invitan a aunar fuerzas para estar despiertos y crear escenarios que promuevan la salvación a aquellos que nos han sido confiados. La crisis nos lanzó a ir más allá de las fronteras y considerar otros contextos para que este proyecto no se quedara solamente en el muro distrital, lo cual fue otra barrera que la misión desde casa logró atravesar. Este proyecto cruzó límites que rebasan lo geográfico y permitió llegar más lejos cuando pensábamos que no iríamos a ninguna parte.

En el discurso de Su Santidad Juan XXIII durante la apertura del Concilio Vaticano II, dice que la Iglesia *“debe mirar a lo presente, a las nuevas condiciones y formas de vida introducidas en el mundo actual, que han abierto nuevos caminos para el apostolado católico”*<sup>68</sup>, es decir, nosotros como Iglesia debemos de estar en constante búsqueda para adaptarnos a las necesidades de nuestro mundo y encontrar nuevos métodos de evangelización. Si la Iglesia no se adapta a las necesidades de cada época muy probablemente perderá impacto para incidir positivamente en la sociedad.

Este proyecto es un claro ejemplo de la manera en que la Iglesia puede adaptarse a las necesidades del mundo actual: utilizar los medios digitales más populares y con mayor alcance. Nosotros, como lasallistas, nos hemos integrado a esta nueva manera de evangelizar que la Iglesia ha propuesto. Lo hemos realizado gracias a la necesidad que surgió de buscar una nueva forma de vivir la Semana Santa debido a las limitaciones que se presentaron por la contingencia. Es interesante pensar que un proyecto que surgió con el fin de continuar con la evangelización, a pesar de una crisis, puede ser la base para la elaboración de nuevos proyectos en los que se ponga en práctica

---

67 Benedicto XVI, 2009.

68 Juan XXIII, 1962, p. 3.

esta nueva manera de evangelizar. La presente experiencia muestra el gran alcance que tienen estas herramientas y la posibilidad actual de favorecer el desarrollo de la fe.

De esta manera, constatamos que grandes cosas son posibles cuando trabajamos haciendo realidad el *Juntos y por Asociación*. Esta experiencia fue un claro ejemplo de cómo cada quien ofreció lo que tenía para que el proyecto de *Misioneros desde casa* pudiera realizarse. La documentación de este proceso nos permitió identificar aspectos que son necesarios seguir trabajando pero también nos señaló con claridad un camino que no debemos olvidar. El pasaje evangélico que nos inspiró decía: “*Tiren la red*”... y los discípulos constataron que la red no se rompió. Pues bien, el Señor Resucitado hoy nos dice a nosotros: Vayan a las redes y evangelicen también en la virtualidad, y nosotros hoy contestamos: En tu nombre, Señor, echaré las redes<sup>69</sup>.

---

69 Lc. 5, 5 en Biblia Latinoamericana, 1986.

# APÉNDICE

## Apéndice

Por medio del siguiente vínculo es posible acceder al repositorio de recursos de proyecto *Misioneros desde casa*:



<https://www.lasalle.edu.mx/misioneros-desde-casa-ss-2020/>

Los materiales que están disponibles son:

1. Manual de Vivencia Litúrgica y Espiritual de la Semana Santa en Casa
2. Lista de materiales para el taller de manualidades en vídeo del grupo Estrellas
3. Guías y plantillas para retos del grupo Cheurones
4. Rally Virtual de Retos del grupo Torre
5. Guía lecturas espirituales para el grupo Salla
6. Manual de oraciones del grupo Indivisa Manent
7. Listas de reproducción de las Video – Catequesis de Semana Santa 2020
8. Descripción del subproyecto *Misión a Distancia*
9. Testimonios

# GLOSARIO DE TÉRMINOS DIGITALES

## Glosario de términos digitales

**App:** Es un programa diseñado para una utilización específica, como la publicación de contenido multimedia, visualización de imágenes, interacción social a través de la red, etcétera.

**Challenge:** Es un término anglosajón que, en el mundo de las redes sociales, se utiliza para nombrar una tendencia viral o reto en el que se invita a los internautas a hacer algo en específico.

**Código QR:** Módulo para almacenar información en una matriz de puntos o en un código de barras bidimensional.

**Engagement:** El concepto, por sí mismo, hace referencia a qué tan involucrado se encuentra el individuo en una actividad concreta. En el mundo del marketing digital, indica el nivel de interacciones de una audiencia respecto a una campaña de información a través de las redes sociales.

**Facebook:** Es la red social con más usuarios en todo el mundo. Ofrece un sinfín de posibilidades en sus servicios, entre ellos la publicación de texto, contenido multimedia, servicios de streaming, venta de bienes y servicios y más.

**Gadget:** Pequeño dispositivo que tiene un propósito y una función específica. Generalmente es de pequeñas proporciones, práctico y a la vez novedoso. Suele tener un diseño más ingenioso que el de la tecnología corriente.

**Gamificación:** Es la aplicación de estrategias de juegos en entornos no jugables, con el fin de que las personas adquieran ciertos conocimientos o comportamientos.

**Hashtag:** Conjunto de caracteres precedidos por una almohadilla o numeral (#) que sirve para identificar o etiquetar un mensaje en las webs de microblogs.

**Influencer:** Es una persona que resalta en una o varias redes sociales sobre un tema específico y que tiene gran influencia sobre muchas personas que le siguen.



**Instagram:** Aplicación y red social cuya función es compartir fotografías y videos con algunas herramientas de edición, acompañadas de textos de longitud limitada.

**Motor de búsqueda:** Es un mecanismo digital que muestra resultados a los usuarios a partir de palabras claves.

**Red social:** Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

**Seguidor:** Un seguidor o follower es un término usado en las redes sociales para designar a un usuario que está siguiendo la cuenta de otro.

**Servicios de streaming:** Página web y/o aplicación que se dedica a la distribución digital de contenido multimedia, de forma que el usuario tiene la posibilidad de visualizar el producto al descargarlo simultáneamente. Existe una gran variedad de plataformas de streaming, dedicadas principalmente a la distribución de películas, series de televisión, música y videojuegos.

**Telegram:** Es un servicio de mensajería instantánea, enfocado en el envío de diversos archivos digitales y la comunicación masiva.

**Tiktok:** Aplicación para crear y compartir vídeos cortos que permite a los usuarios crear vídeos musicales cortos de 3-15 segundos y vídeos largos de 30-60 segundos.

**Tweet:** Es un mensaje publicado en Twitter que contiene texto (no más de 280 caracteres), fotos, GIF o video

**Twitter:** Es una red social que se enfoca en el microblogueo, permitiendo a los usuarios publicar mensajes breves, en los que se contiene principalmente texto. La característica principal de esta modalidad es su sencillez y sintetización, ya que permite escribir una cantidad definida de caracteres.

**Whatsapp:** Es un servicio de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, que permite enviar una gran variedad de mensajes como texto, imágenes, videos, grabaciones de voz, documentos, etcétera.

# REFERENCIAS

## Referencias

Arboleda, C. (2017). Evangelizar la cibercultura. *Veritas*, N° 38, diciembre, pp. 163-181.

Bastante, J. (2015). *Dímelo en cristiano: la comunicación en la Iglesia*. Madrid, España: Ediciones Khaf.

Ballesteros-Herencia, C. (2018). El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional. *Razón Y Palabra*, 22(3\_102), 96-124. Recuperado de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1261>

Bauman, Z. (2002). *La modernidad líquida*. España: Paidós.

Benedicto XVI. (2009). *Conclusión del mensaje de Su Santidad Benedicto XVI para la XLIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. Vaticano. [http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20090124\\_43rd-world-communications-day.html](http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day.html)

Berzosa Martínez, R. (1998). *Evangelizar en una nueva cultura. Respuestas a los retos de hoy*. Madrid: San Pablo.

Biblia Latinoamericana, La (1989). Madrid: San Pablo y Editorial Verbo Divino.

Consejo General La Salle. (2010). *Circular 461: Asociados para la Misión Lasaliana... un acto de Esperanza*. Recuperado de: [http://www.relal.org.co/images/carpeta-docs/461\\_circ\\_es.pdf](http://www.relal.org.co/images/carpeta-docs/461_circ_es.pdf)

Consejo General La Salle. (2015) *Circular 470: Hacia el año 2021: Viviendo juntos la alegría de la misión*. Recuperado de: <http://www.lasalleca.org/sites/default/files/CIRCULAR%20470.pdf>

Consejo General La Salle. (2016). *Reflexión Lasaliana 2: Una llamada, muchas voces. Fortalecer la espiritualidad en medio de la secularización*. Roma: Casa Generalicia.

Consejo General La Salle. (2017). *Reflexión Lasaliana 3: Lasalianos sin fronteras. Creación de comunidades sostenibles*. Roma: Casa Generalicia.

Cvijikj, I., y Michahelles, F. (2013). Online *engagement* factors on Facebook brand pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843–861.

De La Salle, J. B. (1685). *Escritos personales*. Recuperado 9 de agosto de 2020, de lasalle.org website: [https://www.lasalle.org/wp-content/uploads/2019/07/03-escritos\\_personales.pdf](https://www.lasalle.org/wp-content/uploads/2019/07/03-escritos_personales.pdf)

Díaz-Sarmiento, C., López-Lambrano, M. & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los baby boomers, X y millennials *Clío América*. julio - diciembre de 2017, Vol. 11, No. 22.

Francisco (2014). *Mensaje del Santo Padre Francisco para la XLVIII Jornada mundial de las comunicaciones sociales: Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro*. Recuperado de [http://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco\\_20140124\\_messaggio-comunicazioni-sociali.html](http://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html)

Francisco (2019). *Christus vivit: exhortación apostólica postsinodal a los jóvenes y a todo el pueblo de Dios*. Recuperado de: [http://www.vatican.va/content/francesco/es/apost\\_exhortations/documents/papa-francesco\\_esortazione-ap\\_20190325\\_christus-vivit.html](http://www.vatican.va/content/francesco/es/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20190325_christus-vivit.html)

García Aretio, L. (2019). Necesidad de una educación digital en un mundo digital. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, vol. 22, núm. 2.

Gonlieu, A. (1785). *Las doce virtudes del buen maestro según san Juan Bautista de La Salle. Explicación por el Hno. Agatón, Superior General, F.S.C.* Francia. Recuperado de <http://www.lasalleambato.edu.ec/docs/12-virtudes-buen-maestro.pdf>

González-Anleo, J. (2015). *Generación Selfie*. España: PPC.

Hoffman, D. L., y Fodor, M. (2010). Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing? Recuperado de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1697257](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1697257)

Juan XXIII. (1962). *Solemne Apertura del Concilio Vaticano II*. Libreria Editrice Vaticana. [http://www.vatican.va/content/john-xxiii/es/speeches/1962/documents/hf\\_j-xxiii\\_spe\\_19621011\\_opening-council.pdf](http://www.vatican.va/content/john-xxiii/es/speeches/1962/documents/hf_j-xxiii_spe_19621011_opening-council.pdf)

Linares (2013). *Influencia de las redes sociales en el comportamiento de compras por Internet*. Recuperado a partir de <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1010/jlinares.pdf?sequence=4>

Nobrega de Lucena, T. (2018). Generación *selfie*. Un nuevo paradigma educativo. *GACETA UPN*. Número 127 enero/febrero, pp. 4-5.

Pajuelo, D. (2017). La cultura digital, un desafío para la Iglesia hoy. *Foro SM*. No. 046. Recuperado de <https://marianistas.org/portada/wp-content/uploads/2017/04/Foro-46-Daniel-Pajuelo.pdf>

Pérez Gómez, I. (2013). *Educarse en la era digital: La escuela educativa*. España: Morata.

Regla de los Hermanos de las Escuelas Cristianas (2015) Recuperado en: [https://www.lasalle.org/wp-content/uploads/2019/07/Regla\\_2015\\_spa.pdf](https://www.lasalle.org/wp-content/uploads/2019/07/Regla_2015_spa.pdf)

Sánchez, G. (s.f.). *Evangelizar desde el carisma en la era digital*. Recuperado de <http://es.catholic.net/op/articulos/5032/cat/166/evangelizar-desde-el-carisma-en-la-era-digital.html#modal>

Sínodo de los Obispos (2012). *Instrumentum Laboris: la nueva evangelización para la transmisión de la fe cristiana*. Recuperado de: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/synod/documents/rc\\_synod\\_doc\\_20120619\\_instrumentum-xiii\\_sp.html](http://www.vatican.va/roman_curia/synod/documents/rc_synod_doc_20120619_instrumentum-xiii_sp.html)

Spadaro, A. (2017). *Los 6 desafíos en la comunicación digital*. Recuperado de <http://jesuitasaru.org/los-6-desafios-de-la-comunicacion-digital/>

Téllez Carvajal, E. (2017). Reflexiones en torno a la ciudadanía digital. *Revista DOXA*. Vol. 7, No. 13, 2017, P- ISSN 2395-8758.

Vaticano II (1963). *Inter Mirifica. Decreto sobre los medios de comunicación social*. Madrid: BAC.

# LOS AUTORES

## Los autores

**Adriana Bolaños Hernández**

*Directora Académica*

Centro de Estudios Superiores La Salle

Monterrey, Nuevo León

adriana.bolanos@ceslas.mx

**Andrés Tonatiuh Zatarain Lavín, FSC**

*Docente y Responsable de Pastoral Juvenil y Vocacional*

Colegio Miguel de Bolonia

San Juan de los Lagos, Jalisco

andres.zatarain@lasalle.edu.mx

**Carolina Cano Rubio**

*Exalumna lasallista y colaboradora de Misiones de Exalumnos*

Universidad La Salle

Chihuahua, Chihuahua

carolina.cano.97@gmail.com

**David García De La Peña, FSC**

*Coordinador de Pastoral Infantil, Juvenil, Vocacional y Voluntariados*

Coordinación Central La Salle

Monterrey, Nuevo León

david@lasalle.edu.mx



**Jorge Armando Félix Valdez, FSC**

*Director General*

Colegio La Salle

Monclova, Coahuila

jfelix@lasalle.edu.mx

**Juan René Pérez Yanes**

*Responsable de Comunicación e Imagen institucional*

Coordinación Central La Salle

Monterrey, Nuevo León

reneperetz@lasalle.edu.mx

**Luis Eduardo Bárcenas Martínez**

*Docente y Colaborador de Pastoral Infantil y Vocacional*

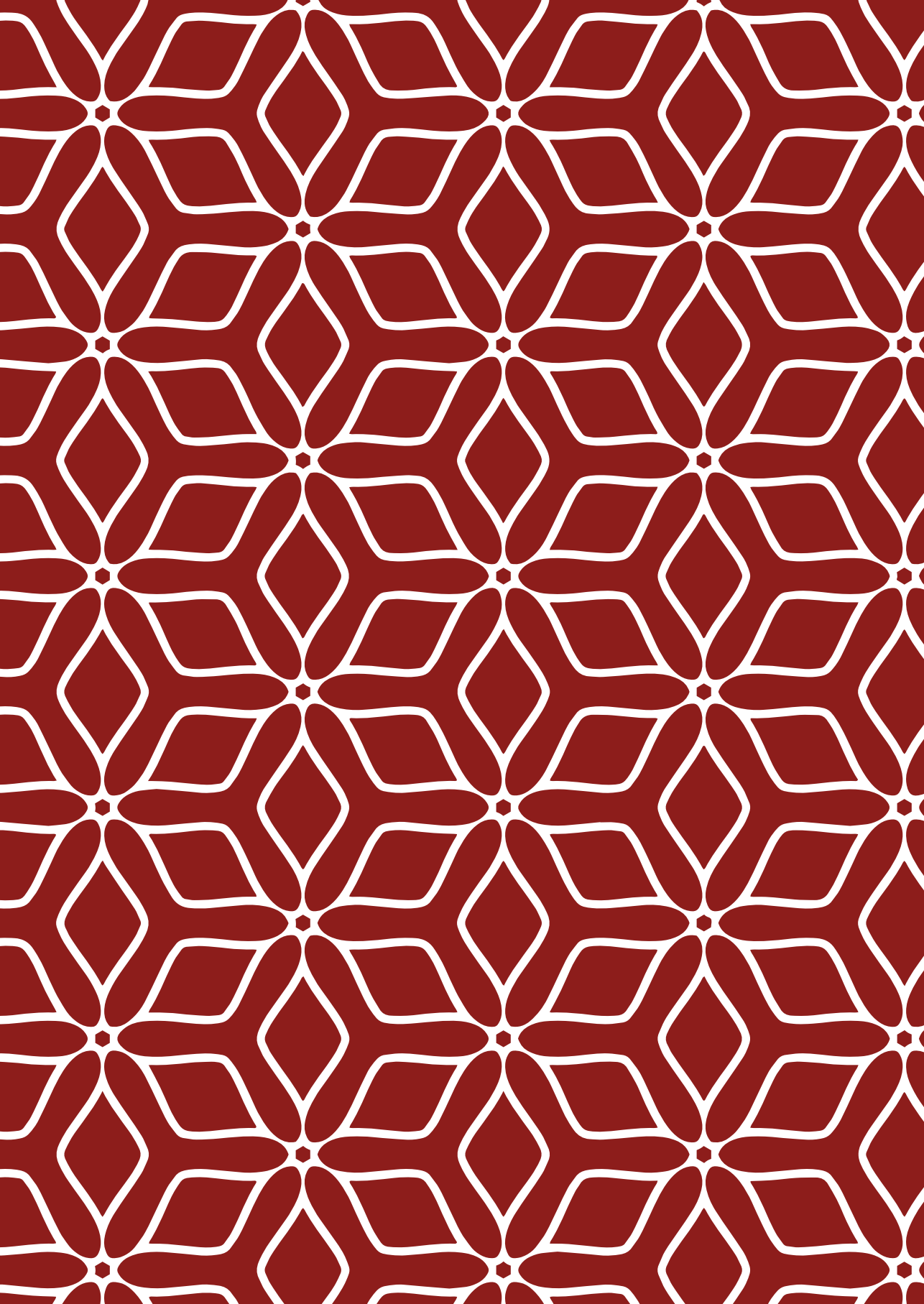
Instituto Francés de La Laguna

Gómez Palacio, Durango

lbarcenasm@ifl.edu.mx

SIGNUM FIDEI







# Hermanos de las Escuelas Cristianas



lasalleorg