Mapping Young Religion



Per AlbaS el dj., 25/10/2018 - 14:37

Divertir-se i comprar. Aquests són els interessos de la joventut d'entre 18 i 25 anys arreu del món. Així ho demostra l'estudi Mapping Young Religion, que ha realitzat l'Observatori Blanquerna de Comunicació, Religió i Cultura juntament amb Aleteia.org en preparació per al Sínode que està tenint lloc a Roma aquests dies.

La recerca es fa tres preguntes: Quins són els interessos dels joves? En la llista, hi ha la religió? Qui són els seus influencers? Utilizant big data, s'han analitzat 540 milions de perfils de Facebook i Instagram de joves de l'anomenada Generació Z, d'entre 18 i 25 anys. Un 21%, és a dir, 4 milions, tenen interès per la religió, després d'altres temes vinculats amb el consum i la diversió. La recerca també subratlla com els joves interessats per la religió ho estan també per l'acció social. Noms com Melinda Gates, Leonardo Di Caprio o Madonna responen a la tercera pregunta ja que els gran influencers dels joves, segons aquest estudi, no estan vinculats directament amb la religió en general ni amb el catolicisme en particular. Tenen però autoritat al món digital i guien, voluntàriament o involuntària, el comportament de milions de joves. Entre els 4 milions interessats en religió, el Papa Francesc és l'influencer número 1.

La investigació ha estudiat també els resultats de diversos països en concret, i ha descobert, per exemple, que al Regne Unit, tot i la reduïda tradició catòlica, hi ha més joves interessats per la religió que als Estats Units. Pel que fa al catolicisme, aquesta recerca conclou també que és un dels focus d'atenció de joves de països com Vietnam, Pakistan o Tailàndia.

El mapa fa doncs, un retrat d'aquests joves en el context actual amb l'objectiu de mostrar-lo, i detectar tendències de futur i evidencia la destacada presència de les noves generacions a la xarxa. Clarament, els valors del consum tenen un pes molt superior als valors socials i als principis que promouen les religions. Que aquests darrers però, hi tinguin una certa presència ho hem de veure com un element esperançador.

Tot plegat, ha donat pistes als bisbes i ha posat sobre la taula en què cal fixar-se per entendre joventut del món actual. La clau però, també és pensar en la xarxa com en l'espai de debat i trobada que és, més enllà de ser un instrument per a la promoció de continguts i activitats.