

EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL



- **“Las nuevas tecnologías no modifican sólo el modo de comunicar, sino la comunicación en sí misma, por lo que se puede afirmar que nos encontramos ante una vasta transformación cultural. Junto a ese modo de difundir información y conocimientos, nace un nuevo modo de aprender y de pensar, así como nuevas oportunidades para establecer relaciones y construir lazos de comunión” (Benedicto XVI, Mensaje JMCS 2011)**

Dr. Manuel María Bru Alonso
Delegado Episcopal de Catequesis (Madrid)
Presidente de la Fundación Crónica Blanca

EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Fechas	Temas teóricos	Exposición alumnos <i>Documentos del Magisterio de la Iglesia en MCS</i>
28 de septiembre	Presentación curso (PP 2-6)	<i>Reparto documentos</i>
19 de octubre	1º/ Transmitir el Evangelio en la cultura actual (PP 7-17)	
2 de noviembre	2º/ Oportunidades de la Post-modernidad (PP 18-22) 3º/ Características de la cultura mediática (PP 23-25)	
23 de noviembre	4º/ Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia (PP 26-39)	
7 de diciembre	5º/ Cuatro ámbitos de implicación entre evangelización y cultura mediática (PP 40-43) Conclusiones (PP 44-47)	
21 de diciembre		<i>Decreto Conciliar Inter Mirifica (1963). Communio et Progressio (1971) Aetatis Novae (1992) Ética en las Comunicaciones Sociales, del CPCS (2000)</i>
18 de enero		<i>Ética en internet, del CPCS Iglesia e Internet, del CPCS (2002) El rápido desarrollo, de san Juan Pablo II (2005) Mensajes JMJ de Benedicto XVI (2005-2013)</i>

EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1º Transmitir el Evangelio en la cultura actual

- 1.- ¿Qué transmisión?
- 2.- ¿Qué cultura?
- 3.- ¿Qué diálogo fe/cultura?
- 4.- ¿Qué destinatario?
- 5.- ¿Qué lenguaje?

2º Oportunidades de la Post-modernidad

- 1.- La oportunidad de la sociedad transparente
- 2.- La oportunidad de la sociedad desvinculada
- 3.- La oportunidad de los espacios de intersección



EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3º/ Características de la cultura mediática

- 1.- Reconstrucción cultural desde la opinión pública y el clima de opinión
- 2.- El hombre pantalla o “sujeto facial”
- 3.- El lenguaje mediático



EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

4º Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

CONTEXTO: Una voz profética

ANTECEDENTES: De León XIII a San Juan XXIII, y Concilio Vaticano II.

1ª PERSPECTIVA: Evangelizar a través de los medios (Pablo VI)

2ª PERSPECTIVA: Evangelizar la cultura de los MCS (San Juan Pablo II)

3º PERSPECTIVA: Mutuo enriquecimiento Iglesia/MCS (San Juan Pablo II).

4ª PERSPECTIVA: Los desafíos de los Nuevos Medios (Benedicto XVI).

5ª PERSPECTIVA: Difícil diálogo intercultural (Francisco).

6ª PERSPECTIVA: La estética comunicativa de la proximidad (Francisco).



EVANGELIZACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

4º Cuatro ámbitos de implicación entre evangelización y cultura mediática

1º Formación crítica como receptores mediáticos.

2ª Lenguaje mediático y lenguaje evangelizador: diferencias, coincidencias, necesidad de confluencias

3º Recursos mediáticos para la evangelización en general y la catequesis en particular

4º Presencia de la Iglesia en los MCS

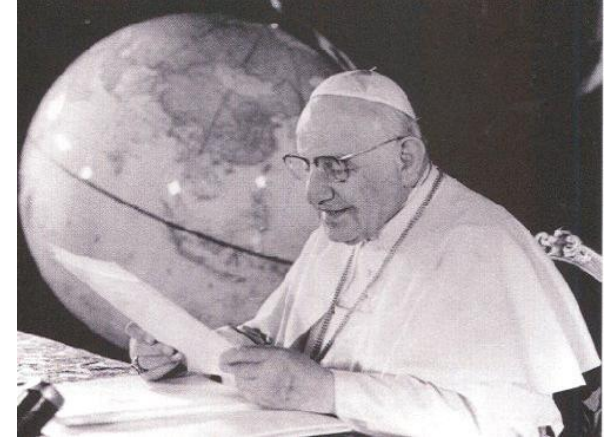
Evangelism in the Digital Age

Media Case Studies - Vol 1



Transmitir el Evangelio en la cultura actual

1.- ¿Qué transmisión?



¿Transmisión sin contexto, en el contexto social, en el religioso, y/o en el cultural? El Vaticano II buscó precisamente el “aggiornamento” con estos contextos, los contextos del ser humano en el tiempo y el lugar concretos en los que les ha tocado vivir:

“Los gozos y las esperanzas, las tristezas y las angustias de los hombres de nuestro tiempo, sobre todo de los pobres y de cuantos sufren, son a la vez gozos y esperanzas, tristezas y angustias de los discípulos de Cristo. Nada hay verdaderamente humano que no encuentre eco en su corazón” (GS, 1).

Transmitir el Evangelio en la cultura actual

2.- ¿Qué cultura?



Entendemos aquí el concepto de cultura desde una perspectiva dinámica, no estática, la que le dio Ortega y Gasset desde su *racio-vitalismo*:

Cultura es "el sistema de ideas desde los que cada tiempo vive. Porque no hay remedio ni evasión posible: el hombre vive siempre desde unas ideas determinadas, que constituyen el suelo donde apoyar su existencia" (*Misión de la Universidad, 1930*).

Solía decir que la cultura salva al hombre del "naufragio vital" pues le proporciona un sentido a su vida.

Transmitir el Evangelio en la cultura actual

3.- ¿Qué diálogo fe/cultura?



¿Desde qué concepción cultural de la fe (asepsia, identidad, integración o "inculturación de la fe")?

Asepsia: una fe ajena e indiferente de la cultura, la de un fideísmo para el que tanto la razón como las identidades culturales están infravalorados.

Identidad: una fe que a lo largo de los siglos va configurando una "cultura católica" que, aunque entre en diálogo con otras culturas, éste es siempre un diálogo de confrontación.

Transmitir el Evangelio en la cultura actual

3.- ¿Qué diálogo fe/cultura?



¿Desde qué concepción cultural de la fe (asepsia, identidad, integración o "inculturación de la fe")?

Integración: una fe que se amolda a cada cultura, en este caso en un dialogo de asimilación, que corre el peligro de ser acrítico y complaciente.

Inculturación: una fe que se incultura, en un lento proceso de discernimiento, de diálogo crítico pero constructivo.

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:
4.- ¿Qué destinatario?



El "hombre de hoy": ¿Qué le une al hombre de todo lugar y todo tiempo, que le distingue?

Le une la naturaleza humana y le separa la cultura.
Pero la naturaleza incluye las cuestiones culturales básicas
(origen, destino, identidad y sentido):

- de dónde vengo,
- a donde voy,
- quien soy,
- que sentido tiene la vida.

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:
4.- ¿Qué destinatario?



- El "hombre de hoy": ¿sujeto o víctima del fenómeno (antes cultural que moral) del individualismo, materialismo, relativismo, indiferentismo? ¿sujeto o víctima de la "apostasía silenciosa" (San Juan Pablo II) o de la "ignorancia y prescindencia religiosa" (Francisco)?
- El "hombre de hoy": ¿tentado por ello, como reacción, al fundamentalismo: integrismo, "cristianismo ideológico", proselitismo, dogmatismo apologético?
- El "hombre de hoy": Cambio de prioridad en la mirada de la Iglesia De Benedicto XVI a Francisco:
 - de la preocupación por el relativismo
 - a la preocupación por la soledad.

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:
5.- ¿Qué lenguaje?



¿Cualquier lenguaje o el lenguaje de una comunicación universal y efectiva (por comprensiva), no localista, no críptico, no erudito?

¿Cualquier lenguaje o el lenguaje de la "transmisión" cultural de hoy, el de la sociedad de la información, el de la "cultura mediática" globalizada?

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:
5.- ¿Qué lenguaje?:
el de la globalización cultural



- Globalización económica / Globalización cultural y mediática (dos caras de la misma moneda):
 - De las antiguas técnicas a la comunicación epistolar, y de ésta a la imprenta (Revolución Gutenberg)
 - Del gran salto del uso de la onda corta al envío de imágenes analógicas
 - De surgimiento de Internet al desarrollo de todas las nuevos medios
 - De la aldea global (McLuhan) a la Cultura Mediática.
 - De la cultura mediática al colonialismo cultural (unificación mensajes y lenguajes)
 - ¿Babel (misma lengua, incomprensión) o Pentecostés (distintas lenguas, comprensión)

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:

5.- ¿Qué lenguaje?:
el de la sociedad de la
información

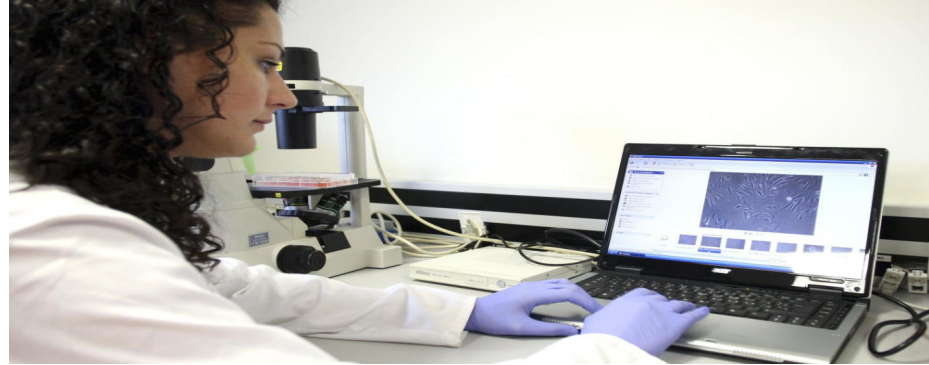


Entendemos por **sociedad de la información (SI)** a la actual configuración social fruto de los cambios producidos por la innovación tecnológica de las comunicaciones.

Estos cambios se realizan en dos ámbitos interdependientes: el de la organización social, política y económica, por un lado, y en el de la cultura, por otro.

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:

5.- ¿Qué lenguaje?:
el de la sociedad de la información



Por los cambios acaecidos en la organización social, política y económica decimos que estamos en la tercera generación de los cambios sociales de la era moderna:

- de la sociedad rural a la sociedad industrial,
- de la industrial a la de servicios,
- y de la de servicios a la de la información.

Transmitir el Evangelio
en la cultura actual:

5.- ¿Qué lenguaje?:
el de la sociedad de la información

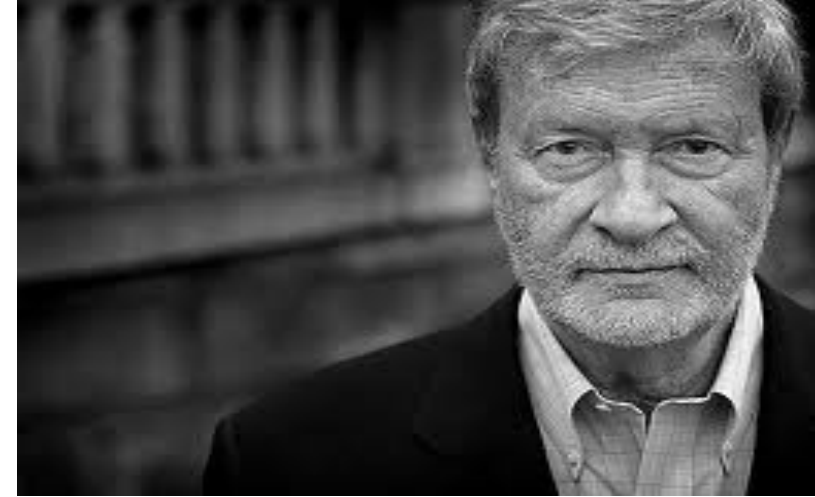


Por los cambios acaecidos en el ámbito cultural, decimos que hemos pasado:

- de una transmisión cultural con predominio de la familia, la escuela y el grupo primario,
- al predominio de los medios de comunicación social.

OPORTUNIDADES DE LA POST-MODERNIDAD:

La oportunidad de la sociedad transparente
(Gianni Vátimo)



Cultura del encuentro como diálogo con las nuevas generaciones.

Del pensamiento fuerte (verdad, unidad, totalidad) al pensamiento débil: no de un nihilismo trágico y nostálgico (Nietzsche), sino de un nihilismo resignado (Gianni Vattimo), que supone, en sintonía con el concepto de postmodernidad de Lyotard:

- Renuncia a las utopías e ideologías del progreso.
- Crisis de los mega-relatos, las cosmovisiones, y las religiones. Las nuevas generaciones, más desideologizadas, no entienden de mega relatos, pero si de micro relatos, de experiencias, de topías.

OPORTUNIDADES DE LA POST-MODERNIDAD:

La oportunidad de la sociedad transparente (Gianni Vátimo)



Cultura del encuentro como diálogo con las nuevas generaciones.

Recreación por los MCS de la "sociedad transparente": “Los medios no son el instrumento diabólico de una inevitable esclavitud totalitaria, sino la premisa en acto del posible advenimiento de una humanidad desubicada capaz de vivir en un mundo de culturas plurales”.

OPORTUNIDADES DE LA POST-MODERNIDAD:

La oportunidad de la sociedad desvinculada
(Josep Miro Ardèvol)



Cultura del encuentro como diálogo desde la acogida.

La crisis moral de nuestro tiempo se produce a base de un proceso de desvinculación social y cultural que deviene en lo que los clásicos llaman **anomia**, que es la situación que se produce cuando las instituciones sociales son incapaces de aportar a los individuos los marcos de referencia necesarios para lograr los hitos que la propia sociedad requiere. Una sociedad desvinculada es una **sociedad sedienta de vínculos familiares, sociales, culturales, y por tanto, también religiosos.**

OPORTUNIDADES DE LA POST-MODERNIDAD:

La oportunidad de los espacios de inserción
(Francesc Torralba)



Cultura del encuentro como diálogo en las fronteras de la fe.

La tierra de nadie es aquel espacio en la que ni la esperanza en un mundo mejor pueda excluir la esperanza religiosa, ni la esperanza religiosa pueda reconocerse ajena a la esperanza en un mundo mejor.

Se trata de “espacios de intersección” como son creencias y esperanzas comunes entre los que abrazan la fe religiosa y los que no.

OPORTUNIDADES DE LA POST-MODERNIDAD:

La oportunidad de los espacios de insercción
(Francesc Torralba)



Cultura del encuentro
como diálogo en las fronteras de la fe.

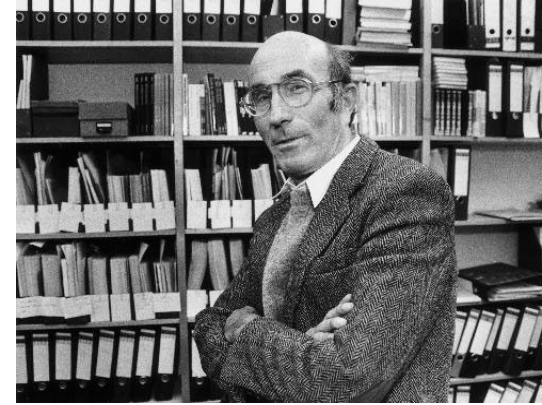
Distingue tres círculos concéntricos: los de la espiritualidad, la religiosidad y la confesionalidad.

Mal hacen aquellos que tanto desde la creencia como desde la increencia religiosas reducen estos círculos al último de ellos.

En el círculo más amplio se puede establecer el diálogo siempre y cuando ni a los creyentes les falte la dimensión humano-religiosa de la inquietud, ni a los no creyentes la dimensión humano-religiosa del asombro.

Características de la cultura mediática:

RECONSTRUCCIÓN CULTURAL Teoría de la Tematización



La tematización es la fijación de la agenda a largo plazo (**la agenda de las agendas**) clave para la conformación de los climas de opinión.

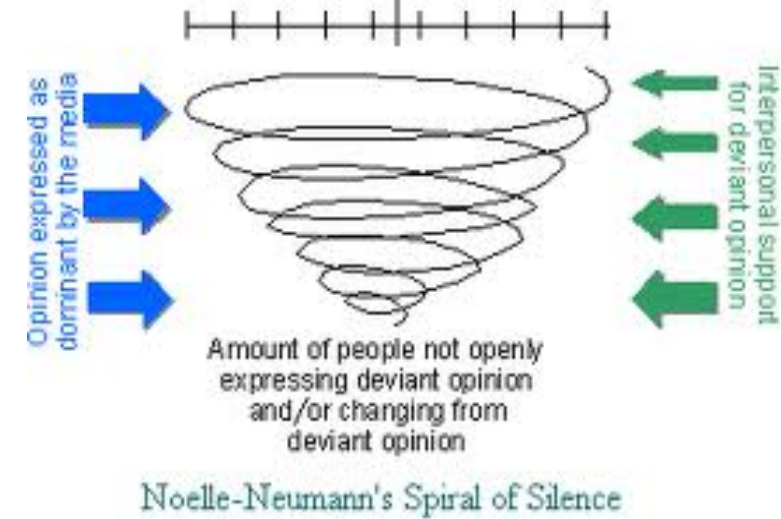
La opinión pública se encuentra ahora en la estructura temática que difunden los medios, una estructura que se presenta como **lugar común de referencia, orientación y salvaguarda de la integración social**.

Tanto Luhmann como Böckelman se han aventurado a descifrar los **principales criterios de la tematización**:

- Determinados valores y contravalores de moda.
- Las crisis o síntomas de crisis.
- Ambiciones, competencia, éxito.
- La esfera de lo personal, privado e íntimo.
- Los sucesos extraordinarios, singulares y exóticos.
- La violencia, la agresividad y el sufrimiento.
- Lo novedoso, último y moderno de los acontecimientos.

Características
de la cultura mediática:

RECONSTRUCCIÓN CULTURAL: Espiral del Silencio



Mecanismo psicosocial, así denominado por Noelle-Newman, que consiste en que “ante la alarma que produce toda situación conflictiva, los individuos tienen dos posibilidades: o subirse al carro del vencedor, mostrándose más expresivos y seguros de sí mismos por que sintonizan con la mayoría, o al perder terreno sus ideas, ocultarse en el silencio y ostracismo”.

La redefinición de la opinión pública a partir de su teoría, por ella llamada “opinión pública crítica”, y que define como “aquella opinión que puede expresarse en público sin temor a quedar aislado”.

Características
de la cultura mediática:

HOMBRE PANTALLA y LENGUAJE MEDIÁTICO



- El hombre-pantalla o el "sujeto fractal" (Jean Baudillard): fracturado, fragmentado, habitante de un mundo hiper-conectado e hiper-informado, que depende de su pantalla para todo. Esta "acompañado" pero en realidad vive solo. Se cumple la premonición de **McLuhan** en los años 60: "los medios de comunicación son extensiones del ser humano"
- .
- **El lenguaje mediático:** el hombre mediático aprende un nuevo lenguaje: inmediato, conciso, simple, provocativo. Sujeto a una manipulación emotiva y evocativa (luz, color, ritmo, palabra, música, enfoque) y cognitiva (primacía de la percepción a la atención y la comprensión).

Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

CONTEXTO: Una voz profética

- Con claves antropológicas, teológicas y sociológicas propias
- para acompañar este proceso, alentar a sus promotores, y recordarle su servidumbre al bien común de la humanidad.
- empieza por mostrar su preocupación, cautela y reserva éticas,
- para luego pasar al valor instrumental evangelización,
- y por último, estudiar sus fundamentos teológicos y antropológicos.



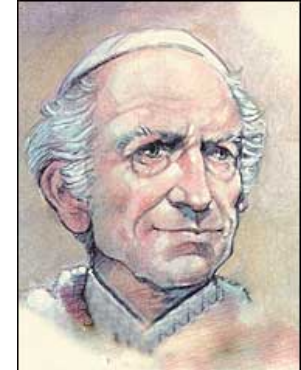
Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia ANTECEDENTES: De León XIII a Pío XI

León XIII (1878-1903) defiende la libertad de expresión como medio para la búsqueda de la verdad en un sano debate público de opinión plural.

San Pío X (1903-1914), favoreció el auge de los MCS, aunque mostrando cautelas por el auge del fenómeno modernista.

Benedicto XV (1914-1922) invitó a los periodistas a que se reconozcan como elegidos de Dios para la restauración de la paz cristiana.

Pío XI (1922-1939) consagra el nombre de la “buena prensa”, publica una gran encíclica sobre cine que fue *Vigilanti cura*, e inaugura la estación de Radio Vaticana montada por el mismo Guillermo Marconi, inventor de la radio.

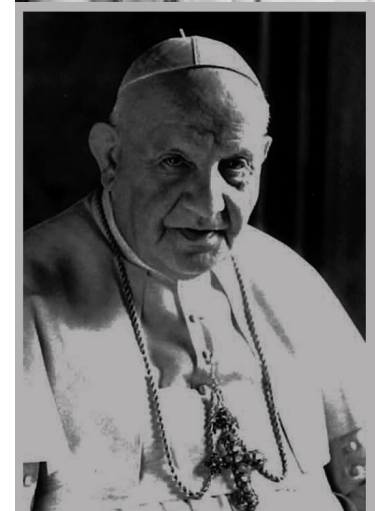


Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia ANTECEDENTES: De León XIII a San Juan XIII

Santiago Alberione, fundador de la Familia Paulina, intuyó en la noche del cambio de siglo el desafío de evangelizar al hombre de hoy con los medios de hoy.

Pío XII (1939-1958) creó la Comisión para la Cinematografía, y escribió la encíclica *Miranda prorsus*, sobre el Cine, la radio y la televisión (8/9/1957), primer gran documento del Magisterio sobre la comunicación social.

Juan XXIII (1958-1963) beatificó a Elena Guerra por su uso cristiano de la prensa, declaró a San Bernardino de Siena como patrono de la publicidad, y creó un secretariado pontificio para los MCS. Para él los MCS son arma veritatis, arma honestitatis, arma caritatis.



Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

ANTECEDENTES: Concilio Vaticano II: Inter Mirifica

Visión positiva: define los MCS:

- maravillosos inventos del ingenio humano,
- extraídos de las cosas creadas con la ayuda de Dios,
- que miran principalmente al espíritu humano
- que abierto nuevos caminos para comunicar facilísimamente las noticias.
- que por su naturaleza no sólo pueden llegar a cada uno de los hombres, sino a las multitudes y a toda la sociedad humana.

Objetivos de la pastoral de la Iglesia respecto a los medios:

- Instrumental (como el púlpito, la catequesis o la docencia),
- Educativo (enseñar su uso “en cristiano” de emisores y receptores).



Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

ANTECEDENTES: Concilio Vaticano II: Inter Mirifica



Medios concretos:

- creación de MCS católicos, y apoyo a MCS honestos,
- formación de comunicadores, sobre todo en la DSI.
- Instauración de una JMCS para la sensibilización pastoral y el apoyo económico de todo tipo de iniciativas,
- Constitución de oficinas nacionales para los MCS
- Por último, preparar una instrucción pastoral por parte de la Santa Sede, con la ayuda de peritos de diferentes naciones, que sería *Comunnio et progressio*.

Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

ANTECEDENTES: Concilio Vaticano II: Otros documentos



En la Constitución *Sacrosantum Concilium*, sobre la Sagrada Liturgia, se trata de las transmisiones por radio y televisión de acciones sagradas;

En la Declaración *Gravissimum educationis*, sobre la educación cristiana de la juventud: los MCS sirven a su formación cultural y humana;

En el Decreto *Apostolicam actuositatem*, la labor caritativa se facilita por los modernos medios de masas, que hacen del mundo una sola familia;

En el Decreto *Ad gentes* se reconoce su utilidad para la actividad misionera, y la necesidad de que haya misioneros especialmente preparados en MCS.

Relación entre evangelización
y cultura mediática
en el magisterio de la Iglesia
ANTECEDENTES: Concilio Vaticano II:
Otros documentos

En el Decreto *Christus Dominus*, sobre el oficio pastoral de los obispos en la Iglesia, en el que estos son urgidos al aprovechamiento de los MCS;

En la Declaración *Dignitatis humanae*, se afirma el derecho al empleo recto, no desleal, de los MCS en la profesión pública de la fe y en su difusión.

Pero es sobre todo en la Constitución Pastoral *Gaudim et spes*, sobre la Iglesia en el mundo actual, por la influencia de los MCS en el diálogo fe-cultura.



Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

PRIMERA PERSPECTIVA: Evangelizar a través de los medios



“La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más. Con ellos la Iglesia pregona sobre los terrados el mensaje del que es depositaria” (Pablo VI, EN, 45, 1975)

Relación entre evangelización y cultura mediática en el magisterio de la Iglesia

SEGUNDA PERSPECTIVA:
Evangelizar la cultura de los MCS

“El trabajo en estos medios, sin embargo, no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta nueva cultura creada por la comunicación moderna”

(Juan Pablo II, RM, 37, 1990)



Relación entre evangelización y cultura mediática
en el magisterio de la Iglesia:

TERCERA PERSPECTIVA:

Mutuo enriquecimiento Iglesia / medios
(Juan Pablo II, Mensaje JMCS, 1999)



“La cultura del memorial de la Iglesia puede salvar a la cultura de la fugacidad de la “noticia” que nos trae la comunicación moderna, del olvido que corroe la esperanza; los medios, en cambio, pueden ayudar a la Iglesia a proclamar el Evangelio en toda su perdurable actualidad, en la realidad de cada día de la vida de las personas.

La cultura de sabiduría de la Iglesia puede salvar a la cultura de información de los mass-media de convertirse en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer alerta ante los impresionantes nuevos conocimientos que ahora emergen.

La cultura de alegría de la Iglesia puede salvar la cultura de entretenimiento de los medios de convertirse en una fuga desalmada de la verdad y la responsabilidad; y los medios pueden ayudar a la Iglesia a comprender mejor cómo comunicar con la gente de forma atractiva y que a la vez deleite”.

Relación entre evangelización y cultura mediática
en el magisterio de la Iglesia:

TERCERA PERSPECTIVA:

Mutuo enriquecimiento Iglesia / medios: encuadre en los grandes
conceptos del magisterio de San Juan Pablo II



Conceptos básicos de su magisterio	Principales encíclicas	Diálogo Fe / Cultura	Relación con los MCS
Dignidad humana	Redemptor hominis	Objeto	Respeto sagrado
Verdad	Veritatis Splendor	Método	Servidumbre
Solidaridad	Centesimus Annus	Testimonio	Promoción
Nueva Evangelización	Redemptoris Missio	Cauce	De medio a objeto

CUARTA PERSPECTIVA: Los desafíos de las redes sociales (Benedicto XVI, MJMCS, 2011)



Las nuevas tecnologías permiten a las personas encontrarse más allá de las fronteras del espacio y de las propias culturas, inaugurando así un mundo nuevo de amistades potenciales. Origen de oportunidades y riesgos:

- ¿Quién es mi “prójimo” en este nuevo mundo?
- ¿Existe el peligro de estar menos presentes con quien encontramos en nuestra vida cotidiana ordinaria?
- ¿Tenemos el peligro de caer en la dispersión, dado que nuestra atención está fragmentada y absorta en un mundo “diferente” al que vivimos?
- ¿Dedicamos tiempo a reflexionar críticamente sobre nuestras decisiones y a alimentar relaciones humanas que sean realmente profundas y duraderas?

Es importante recordar siempre que el contacto virtual no puede y no debe sustituir el contacto humano directo, en todos los aspectos de nuestra vida.



QUINTA PERSPECTIVA: Difícil Diálogo intercultural (Francisco: Evangelii Gaudium)

En la cultura predominante prima lo exterior, lo inmediato, lo visible, lo rápido, lo superficial, lo provisorio. Lo real cede el lugar a la apariencia (EG, 62).

Nuevas culturas continúan gestándose en estas enormes geografías humanas en las que el cristiano ya no suele ser promotor o generador de sentido, sino que recibe de ellas otros lenguajes, símbolos, mensajes y paradigmas que ofrecen nuevas orientaciones de vida (EG 73).

Esto requiere imaginar espacios de oración y de comunión con características novedosas, más atractivas y significativas para los habitantes urbanos (EG 73). Los ambientes rurales, por la influencia de los medios de comunicación de masas, no están ajenos a estas transformaciones (EG 73).

En las grandes urbes un entramado de grupos de personas comparten las mismas formas de soñar la vida y similares imaginarios y se constituyen en nuevos sectores humanos, en territorios culturales, en ciudades invisibles (EG74).

SEXTA PERSPECTIVA:

La estética de la comunicación de proximidad (Francisco 2013)



En su primer discurso a los periodistas (16-03-2013) aboga por una **comunicación al servicio de la verdad, la bondad y la belleza**. Lo explicó el **Cardenal Bergoglio** en una conferencia en 2002 bajo el título **“Comunicador: ¿quién es tu prójimo?”**.

Si “bien, verdad y belleza son inseparables cuando nos comunicamos”, lo son también “por presencia o también por ausencia”.

- Y si **“a nivel ético, aproximarse bien es aproximarse para ayudar y no para lastimar, y a nivel de la verdad, aproximarse bien implica transmitir información veraz, a nivel estético, aproximarse bien es comunicar la integridad de una realidad, de manera armónica y con claridad”**.
- **“Aproximarse mal en cambio es aproximarse con una estética desintegradora, que escamotea algunos aspectos del problema o que los manipula creando desarmonía y oscureciendo la realidad, la afea y la denigra”**.

Tres ámbitos de implicación entre evangelización y cultura mediática:

PRIMERO:

Formación crítica como receptores mediáticos



- La experiencia educativa de la comunidad cristiana, si ofrece una **identidad integradora**, y una manera de mirar la realidad, se convierte en si misma en la principal herramienta liberadora ante el avasallamiento mediático tanto en la forma (hegemonía transmisión cultural), como en los contenidos (imposición cultura dominante).
- Además, conviene un **diálogo crítico interrogativo y constructivo** con respecto a los usos y a los contenidos mediáticos, ideal si se establece conjuntamente desde la familia, la escuela y la catequesis.
- Para ello es necesario **discernimiento** para diferenciar las grandes oportunidades educativas de los medios de los "trasfondos" ideológicos de la cultura dominante mediática, así como una **vigilancia** con respecto a la tendencia del encerramiento mediático.



Tres ámbitos de implicación entre evangelización
y cultura mediática

SEGUNDO:

Lenguaje mediático
y lenguaje evangelizador



Antes que una cuestión de recursos es una cuestión de inculturación.

En primer lugar, de inculturación en el mundo de referencias **intelectuales y vitales** de las nuevas generaciones (no dar respuesta a preguntas que no se hacen).

En segundo lugar, de inculturación como **aprendizaje crítico y de adaptación simbólica** de los nuevos lenguajes, sobre tres criterios básicos de conexión entre el lenguaje de la fe y lenguaje mediático:

- 1.- **La primacía del testimonio** (contar mini-relatos, poner rostros...)
- 2.- **La inseparabilidad entre entendimiento y sentimiento** (despertar la inteligencia y la emotividad).
- 3.- **Y la inmediatez en la estimulación de la respuesta** (interactividad no es virtualidad).



Tres ámbitos de implicación entre misión catequética y cultura mediática:

TERCERO:

Recursos mediáticos y evangelización



Conviene promover un uso de los recursos audiovisuales para la evangelización, con tres condiciones:

- 1.- Que se trate de un uso combinado con las demás dinámicas de la comunicación de grupo.
- 2.- Que no sólo incorporen la técnica mediática, sino también el lenguaje mediático (gran parte de los productos eclesiales adolecen de ello, por falta de profesionalidad).
- 3.- Que se utilicen en la propuesta de contenidos fuertes y centrales, y no sólo en los preámbulos o complementos.

Conviene promover la formación y el desarrollo por parte de los agentes de pastoral de recursos propios, no sólo en el ámbito de los contenidos, sino también en el de la comunicación-comunión eclesial (webs, redes, y aplicaciones propias, con recursos audiovisuales).

Tres ámbitos de implicación entre misión catequética y cultura mediática:



CUARTO:

Presencia de la Iglesia en los MCS



- 1.- Formación de profesionales mediáticos en la cultura de la Iglesia y de agentes de pastoral en la cultura de los medios.
- 2.- Comunicación integral entre comunicación institucional (profesional, transparente) e imagen corporativa (diversa pero convergente), y entre medios clásicos y nuevos medios.
- 3.- Diálogo de proximidad con editores y comunicadores, afines y críticos.
- 4.- Pastoral específica con el mundo de los medios y de sus profesionales.
- 5.- Integración de la misma en la Pastoral de la Cultura, desde la impronta de el atrio de los gentiles y la cultura del encuentro.
- 6.- Promoción, mejora, y coordinación de las MCS propios, tanto generalistas como temáticos.

Conclusiones 1 y 2



1.- Hay que transmitir (compartir) el Evangelio, en todos sus modos (por su puesto también en el catequético) teniendo en cuenta el contexto concreto de los destinatarios y, amén de las circunstancias personales, familiares y sociales, y del contexto cultural local, tener en cuenta la actual cultura dominante globalizada.

2.- Hay que conocer esta "cultura" o "infracultura" en la que nos movemos todos, transmitida especialmente a través de los MCS, que para las nuevas generaciones constituye su contexto vital.

Conclusiones 3 y 4

3.- Hay que reconocer las características propias de la mentalidad postmoderna, y como nos condicionan a todos, para que la comprensión de la fe y de la vida cristiana no quede amordazada por parámetros de comprensión que la releguen a ámbitos parciales y marginales de una cosmovisión acríticamente asumida.

4.- Hay que conocer el lenguaje de esta cultura, el lenguaje de los medios, no para quedarse en él, pero si para establecer una comunicación con las menos disonancias posibles, empática y comprensible, a partir de la cual poder ampliar el horizonte tanto del lenguaje como de la cultura que queremos promover.



Conclusiones 5 y 6



5.- Para defender la libertad personal, familiar, social y eclesial con respecto al acoso de la cultura dominante no hay que huir de ella, sino desarrollar un discernimiento de sus propuestas y de sus formas de transmisión y, al sentido crítico de estilo de San Pablo, rechazar lo mal, y quedarse con lo bueno.

6.- Hay que compartir con los papas de nuestro tiempo la inquietud y la preocupación para acometer estos retos no como una tarea específica de los intelectuales católicos o de los especialistas en comunicación, sino de toda la comunidad cristiana, sobre todo de quienes tienen una responsabilidad educativa con respecto a las nuevas generaciones.

Conclusiones 7



7.- Y por último, hay que abordar tres acciones concretas:

- Establecer los itinerarios y los programas formativos tanto en la iniciación cristiana como en la formación de jóvenes y adultos teniendo en cuenta la propuesta de un espíritu crítico con respecto a los medios;
- Revisar el lenguaje y la pedagogía de la evangelización teniendo en cuenta los diversos lenguajes (y los ritmos) de la comunicación social, con los que se "entienden" las nuevas generaciones y en los que se les inculca la cultura dominante;
- Y utilizar con criterios de discreción, calidad e implicación creativa los nuevos recursos e instrumentos de la comunicación global en la comunicación del Evangelio, y no sólo en la catequética.