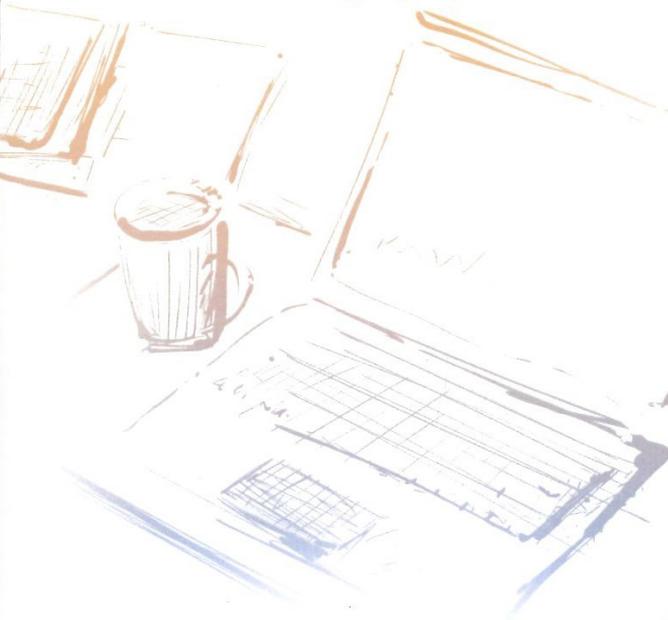


Manuel María Bru

Evangelizar en la cultura mediática

En clave de diálogo y oportunidad



sal y luz
EDITORIAL CCS

CURSO

Evangelizar en la Era Digital 4ª Parte

Manuel María Bru Alonso

Delegado Episcopal de Catequesis
de la Archidiócesis de Madrid

Presidente de la Fundación Crónica Blanca

Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



Evangelizar en la cultura mediática II

- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática
- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

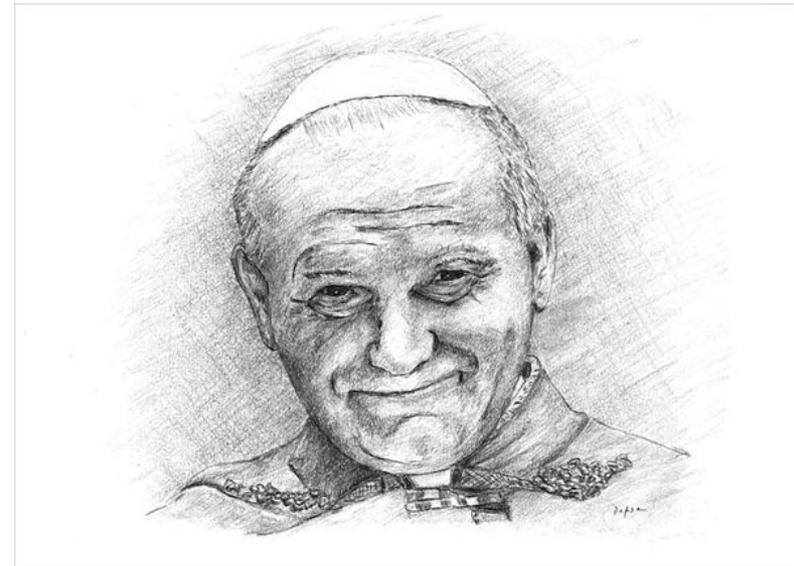
Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

3.- Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

¿Existe correlación entre el lenguaje de la cultura mediática y el lenguaje eclesial de la evangelización? San Juan Pablo II ya se hizo en su día esta pregunta. Y también dio la respuesta:

“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”.

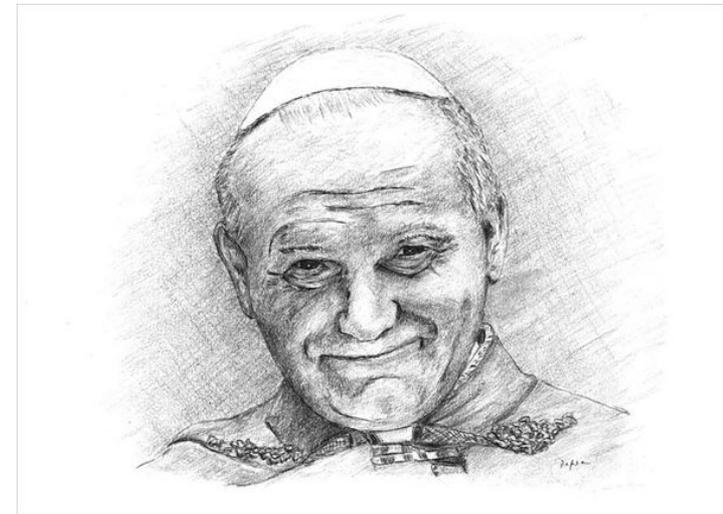


Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Y continuaba diciendo:

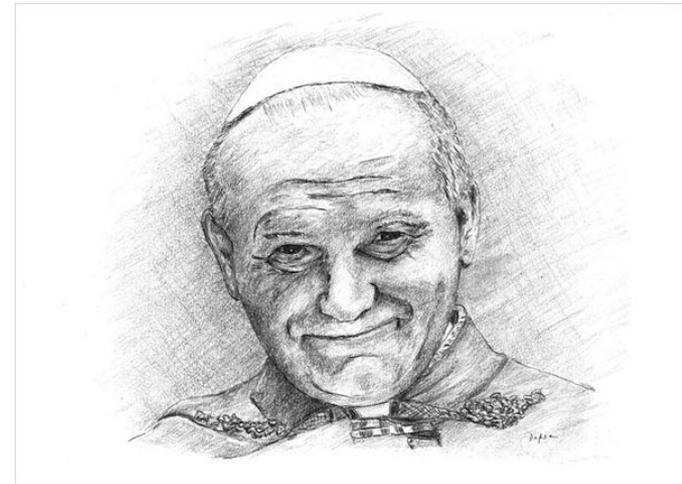
“La cultura de sabiduría de la Iglesia puede salvar a la cultura de información de los mass-media de convertirse en una acumulación de hechos sin sentido; y los medios pueden ayudar a la sabiduría de la Iglesia a permanecer alerta ante los impresionantes nuevos conocimientos que ahora emergen”. La cultura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



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Para **San Juan Pablo II** ya queda bien claro, además, **que no se trataba sólo de tomar prestado el lenguaje y los recursos mediáticos para la evangelización, sino de integrarlos en el lenguaje de la evangelización o, mejor dicho, de integrar la evangelización en la misma cultura mediática:** “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”.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

La fidelidad al destinatario de la evangelización, al hombre de hoy, nos lleva a tomarnos en serio este nuevo lenguaje, a asumirlo, a hacerlo nuestro.

Para **los más jóvenes** no resulta difícil, aunque también **pueden haberse acostumbrado a un doble lenguaje, el de su vida social y el de su vida religiosa**, expresión de la tentación de ruptura fe/vida del cristiano de hoy.

Para todos supone un aprendizaje.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Características de este nuevo lenguaje como la fortísima velocidad en la fragmentación de la imagen, el simple y escaso uso de palabra, y la proliferación de golpes de impacto sonoro y visual, **podrían poner en duda que el lenguaje mediático** (sobre todo el audiovisual y digital) **no sirve para evangelizar**, y menos para suscitar la inquietud y el asombro religiosos. **Nos equivocaríamos.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

En realidad, **en todo formato se pueden transmitir las cosas más sublimes. Basta ajustarse a dos condiciones: hacerlo sin “trampear” las leyes propias de ese lenguaje, y hacerlo con la máxima calidad, es decir, sacando todo el provecho posible a las características y a las virtualidades de dicho lenguaje.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

¿Por qué en la Iglesia cala el criterio de los liturgistas según el cual la eucaristía no puede celebrándose usando como cáliz y patena un baso y un plato de plástico, y sin embargo **no cala el criterio de los pastoralistas según el cual el anuncio del Evangelio no puede exponerse en productos mediáticos producidos sin profesionalidad y sin los mejores recursos para ello**, como son tantos videos espantosos?



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

La inculturación de la fe significa también adaptación simbólica de los nuevos lenguajes, sobre tres características comunes entre el lenguaje de la fe y lenguaje mediático:

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



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Una mención especial merece la cuestión del lenguaje de las Redes Sociales. Al papa **Benedicto XVI le tocó la época de su proliferación como soporte, y por tanto también como lenguaje, de la comunicación entre los adolescentes y los jóvenes en la primera década del siglo XXI. Para él **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.****



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Sus ocho mensajes de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales afrontan las cuestiones ética, educativa y pastoral de los medios en general y de los digitales en particular. Empezamos por los generales:

Los medios: red de comunicación, comunión y cooperación (XL-2006): Proteger el tejido de la sociedad civil en lugar de erosionarlo. Los MCS deben fomentarse siempre el reportaje preciso de los eventos, la explicación completa de los hechos de interés público y la presentación justa de diversos puntos de vista, y los usuarios deben formarse en el uso responsable y crítico, inteligente y apropiado.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación (XLI-2007): La educación para los medios debería ser positiva y en libertad. Cuando se pone a los niños delante de lo que es estética y moralmente excelente se les ayuda a desarrollar la apreciación, la prudencia y la capacidad de discernimiento.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Los medios: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la verdad para compartirla (XLII-2008) Necesidad de una info-ética basada en estos puntos: La comunicación parece tener la pretensión no sólo de representar la realidad, sino también de determinarla gracias al poder y a la fuerza de sugestión que posee. Hay que evitar que los medios de comunicación social se conviertan en megáfono del materialismo económico y del relativismo ético. La búsqueda y la presentación de la verdad sobre el hombre son la vocación más alta de la comunicación social. Los nuevos medios de comunicación, en particular la telefonía e internet, están modificando el rostro mismo de la comunicación y, tal vez, esta es una magnífica ocasión para volver a diseñarlo.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Silencio y palabra, camino de evangelización (XLVI-2011): introducir la elocuencia del silencio, la reflexión, el discernimiento y la oración en el diálogo existencial que se establece en la red: “aprender a comunicar quiere decir aprender a escuchar, a contemplar, además de a hablar”, como María.

Los otros cuatro mensajes de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales afrontan los desafíos culturales, sociales y pastorales de los Nuevos Medios:



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Nuevas tecnologías, nuevas relaciones. Promover una cultura de respeto, de diálogo, de amistad” (XLIII-2009) en la “comunicación digital”, sobre todo en las redes sociales y entre los jóvenes: **respeto a la dignidad humana, diálogo intercultural en el ciberespacio, y autenticidad en la amistad. Los jóvenes llamados a evangelizar el “continente digital”.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

El sacerdote y la pastoral en el mundo digital: los nuevos medios al servicio de la Palabra (XLIV-2010): no sólo como un usuario, sino dando alma al continuo flujo comunicativo de la red, como **apasionados anunciadores de la Buena Noticia, también en esta nueva “ágora” de la comunicación.**

Verdad, anuncio y autenticidad de vida en la era digital (XLV-2011): alerta de dos desafíos: **la información completamente interactiva, y la creación virtual de perfiles públicos en las redes sociales.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Redes sociales: portales de verdad y de fe; nuevos espacios para la evangelización (XLVII-2013): confianza en el deseo del ser humano de amar y de ser amado, **ofrecer la luz amable de la fe, fortalecer a los cristianos aislados, ofrecer espacios de oración y de celebración.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Merece la pena detenernos en este punto: Las redes sociales son el **origen de nuevas 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?**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Para Benedicto XVI es además muy importante recordar siempre que el contacto virtual no puede y no debe sustituir el contacto humano directo, en todos los aspectos de nuestra vida. **Esta constatación entre oportunidades y riesgo de las redes sociales no le llevaban a desestimarlas para la evangelización, sino todo lo contrario.** Tanto de un modo explícito como de un modo implícito: “La capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, **sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos**”

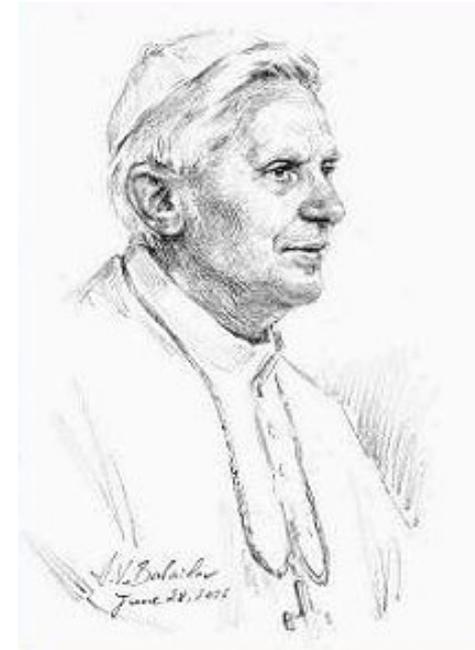


Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Explica entonces Benedicto XVI que:

- **De un modo explícito:** “En el ambiente digital, **la palabra escrita se encuentra con frecuencia acompañada de imágenes y sonidos.** Una comunicación eficaz, como las parábolas de Jesús, ha de estimular la imaginación y la sensibilidad afectiva de aquéllos a quienes queremos invitar a un encuentro con el misterio del amor de Dios. **En las redes sociales se pone de manifiesto la autenticidad de los creyentes cuando comparten la fuente profunda de su esperanza y de su alegría: la fe en el Dios rico de misericordia y de amor, revelado en Jesucristo.**
- **Y de un modo implícito:** “Este compartir consiste no solo en la expresión explícita de la fe, sino también en el testimonio, es decir, **en el modo de comunicar preferencias, opciones y juicios que sean profundamente concordantes con el Evangelio,** incluso cuando no se hable explícitamente de él”.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

1.- Evangelizar con el nuevo lenguaje de la cultura mediática

Por eso, podemos decir con Benedicto XVI que:

“la capacidad de utilizar los nuevos lenguajes es necesaria no tanto para estar al paso con los tiempos, sino precisamente para permitir que la infinita riqueza del Evangelio encuentre formas de expresión que puedan alcanzar las mentes y los corazones de todos”



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

Si nos centramos en la referencia a la primacía de recursos que tengan que ver con la inculturación en la cultura mediática, y por tanto, con los recursos mediáticos, conviene tener en cuenta algunos criterios:

1/ En la Sociedad de la Información el medio de comunicación se ha erigido ya como el primer ámbito no sólo de transmisión cultural, sino de la reconstrucción cultural (“el medio es el mensaje”), por lo que en este momento no podemos hablar de otra cultura que no sea -no como elemento añadido sino como elemento constitutivo- “cultura mediática”. De tal suerte que sin el concurso mediático no podemos pretender hoy en día hacer transmisión evangelizadora y transmisión educativa, capaz de adentrarse en el mundo de las “referencias” cognitivas y axiológicas de la sociedad de hoy.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

2/ Que hay que recurrir a los recursos mediáticos para la evangelización, ya nos lo dejó bien claro en 1975 el Beato Pablo VI: “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” (Evangelii Nuntiandi, nº 45). Esto supone una serie de límites, y a la vez, una serie de oportunidades. Entre los límites, la simplificación y la caducidad. Entre las ventajas, la inmediatez y su alcance, sobre todo respecto a las nuevas generaciones.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

3/ Los géneros propios del testimonio (sobre todo el relato y la semblanza), son especialmente adecuados a los diversos formatos del lenguaje mediático y, a su vez, son especialmente adecuados para, en todo caso y en todo lenguaje y formato, comunicar la Buena Noticia. Entre estos géneros, hay que primar, hoy en día, el audiovisual (no tanto para su transmisión televisiva, en acelerado reajuste en los nuevos hábitos, sobre todo de las nuevas generaciones), sino para su transmisión a través de la Red.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

Lo que antes decíamos del lenguaje mediático en general, los tenemos que adjudicar específicamente al lenguaje audiovisual:

- la fortísima **velocidad** en la fragmentación de la imagen,
- la **primacía** de la música,
- el **simple y escaso** uso de palabra,
- y la proliferación de **golpes de impacto sonoro y visual**,

pasarían a ser las **nuevas leyes de la evangelización audiovisual**. ¿Estarán ya escritas en los *pósit* de los que preparan materiales catequéticos y pastorales?

Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

4/ Por otro lado, no importa explicarnos con conceptos “tabú” para la cultura dominante, cuando sea necesario, sin miedo a que parezcan desconcertantes. Conceptos tabú como, por ejemplo, el arrepentimiento. Y a la vez, explicarnos, siempre que sea posible, con conceptos “talisman” de la cultura dominante, siempre y cuando estos conceptos lejos de desvirtuar ayuden a traslucir su verdad. Conceptos “talisman” como, por ejemplo, la libertad.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



2.- Evangelizar con los nuevos medios de la cultura mediática

5/ En cuanto a la conveniencia en promover un uso de los recursos audiovisuales para la evangelización, esta ha de hacerse bajo dos condiciones:

- **Que se trate de un uso combinado con las demás dinámicas de la comunicación de grupo.**
- **Que no sólo incorporen la técnica mediática, sino también el lenguaje mediático** (como ya apuntamos antes, gran parte de los productos eclesiales adolecen de ello, por falta de profesionalidad).



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



Conclusiones:

1/ La evangelización en la cultura mediática de hoy requiere evangelizadores con espíritu misionero: Tienen que tener el mismo arrojo que San Francisco Javier, no para ir a la misión *ad gentes* de continentes desconocidos, ni siquiera sólo para adentrarse en las autopistas de la información y del Sexto Continente, sino para encontrarse con las nuevas generaciones que transitan en ellas y viven en él.



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



Conclusiones:

La Iglesia “en salida” necesita “evangelizadores de una Iglesia en salida”, misioneros. Pensemos por ejemplo en un catequista misionero: no se rinde ante niños, adolescentes y jóvenes, ni ante sus padres, prácticamente descreídos y desinteresados. Como no lo haría un misionero que recorre medio mundo y va al encuentro de una comunidad humana en la que jamás se ha anunciado el evangelio. Y cómo él, consiente de que recorrer cien metros de su casa a la parroquia, y dentro de esta a la sala de la catequesis, es como recorrer cien mil kilómetros, más allá de su mejor o peor preparación, dará el sato de la inculturación para hacerse uno con ellos, y entablar con ellos un espacio de diálogo en el que poder compartir con ellos la gracia de la fe: “Si uno de verdad ha hecho una experiencia del amor de Dios que lo salva, no necesita mucho tiempo de preparación para salir a anunciarlo, no puede esperar que le den muchos cursos o largas instrucciones. Todo cristiano es misionero en la medida en que se ha encontrado con el amor de Dios en Cristo Jesús; ya no decimos que somos *discípulos* y *misioneros*, sino que somos siempre *discípulos misioneros*” (*Evangelii Gaudium*, nº 120).

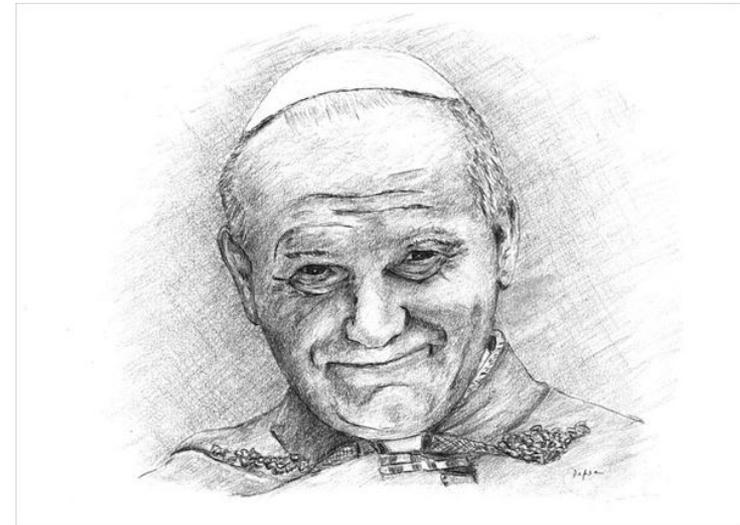


Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

Conclusiones:

2/ Evangelizar la cultura mediática requiere preparación, mucha preparación. Pero sobre requiere arrojo, capacidad de arriesgar, y ardor misionero. El amor es siempre creativo.

San Juan Pablo II no dijo que la nueva evangelización era nueva sólo en sus métodos y sus expresiones. Antepuso a estos el ardor: es nueva en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones.

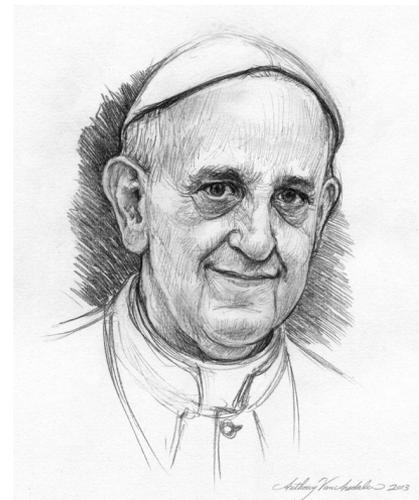


Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

Conclusiones:

Para el Papa Francisco consiste “en salir continuamente de sí por amor, para dar testimonio de Jesús y hablar de Jesús, predicar a Jesús. Esto es importante porque lo hace el Señor: es el mismo Señor quien nos apremia a salir. El corazón del evangelizador (agente de pastoral, catequista) vive siempre este movimiento de *sístole y diástole*: unión con Jesús y encuentro con el otro (...) La naturaleza misma del kerigma es así: es un don que genera la misión, que empuja siempre más allá de uno mismo”.

Y explica que: “Si uno de verdad ha hecho una experiencia del amor de Dios que lo salva, no necesita mucho tiempo de preparación para salir a anunciarlo, no puede esperar que le den muchos cursos o largas instrucciones. Todo cristiano es misionero en la medida en que se ha encontrado con el amor de Dios en Cristo Jesús; ya no decimos que somos *discípulos y misioneros*, sino que somos siempre *discípulos misioneros*” (*Evangelii Gaudium*, nº 120).

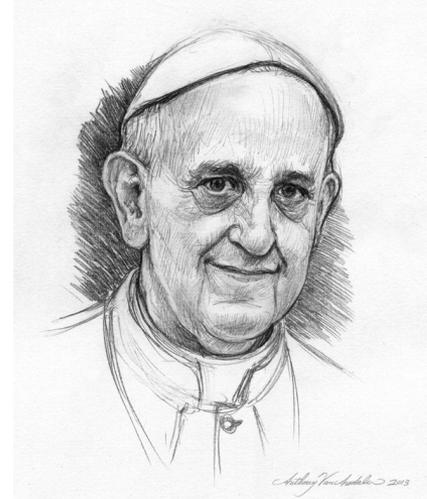


Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

Conclusiones:

3/ ¿Estaremos entonces a la altura de una evangelización que realmente sea nueva en su ardor, en sus métodos, y en sus expresiones?

En nuestras manos está el intentarlo, a sabiendas de que, como nos dice el Papa Francisco, mejor “una Iglesia accidentada, herida y manchada por salir a la calle, antes que una Iglesia enferma por el encierro y la comodidad de aferrarse a las propias seguridades” (*Evangelii Gaudium*, 49).



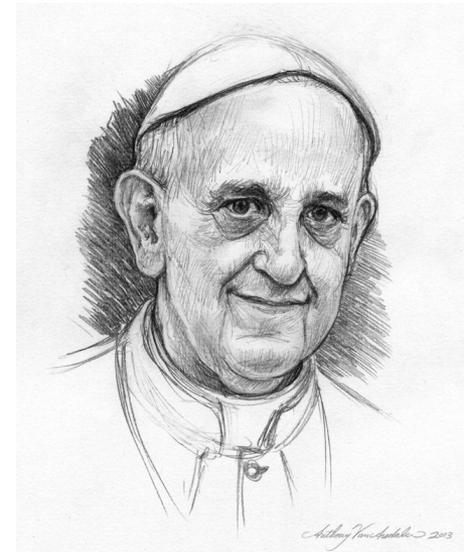
Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

Conclusiones:

Nos recuerda el Papa Francisco que esta en nuestras manos empujar la misión evangelizadora desde todos sin exclusión:

“Cada cristiano y cada comunidad discernirá cuál es el camino que el Señor le pide, pero todos somos invitados a aceptar este llamado: **salir de la propia comodidad y atreverse a llegar a todas las periferias que necesitan la luz del Evangelio**”

(Evangelii Gaudium, 20). **Y hacia todos sin exclusión:** “Es vital que hoy la Iglesia salga a anunciar el Evangelio a todos, en todos los lugares, en todas las ocasiones, sin demoras, sin asco y sin miedo. La alegría del Evangelio es para todo el pueblo, no puede excluir a nadie” *(Evangelii Gaudium, 23)*. **Tampoco a los nativos digitales** (generación del presente y del futuro), **ni siquiera a los más irreverentes y extravagantes.**



Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II



Conclusiones:

No se me ocurre mejor manera de terminar esta reflexión que con dos textos complementarios: uno que hace referencia a la fidelidad del destinatario, y otro que hace referencia a la fidelidad del mensaje (expresión del DGC sobre la catequesis aplicable a la evangelización en general):

Por un lado un texto que considero genial, provocativo, realista e irreverente que nos invita a arriesgar en la fidelidad al destinatario, de **Dietrich Bonhoeffer** (1906-1945), teólogo protestante alemán, líder de la resistencia cristiana al nazismo: **“Llegará el día en el que, de nuevo, los hombres serán llamados a anunciar de tal modo la palabra de Dios que el mundo se transforme profundamente y se renueve. Será un nuevo lenguaje, quizá completamente irreligioso, pero liberador y salvador, como el lenguaje de Jesús, de modo que los hombres se escandalicen de él y sean ciertamente vencidos por su poder”**.

Evangelizar en la era digital 4ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática II

Conclusiones

Por último, un texto sugerente, rotundo y tan bellamente escrito, del Papa sabio **Benedicto XVI** “le corresponde ofrecer a quienes viven éste nuestro tiempo *digital* los signos necesarios para reconocer al Señor; darles la oportunidad de educarse para la espera y la esperanza, y de acercarse a la Palabra de Dios que salva y favorece el desarrollo humano integral. **La Palabra podrá así navegar *mar adentro* hacia las numerosas encrucijadas que crea la tupida red de autopistas del ciberespacio, y afirmar el derecho de ciudadanía de Dios en cada época, para que Él pueda avanzar a través de las nuevas formas de comunicación por las calles de las ciudades y detenerse ante los umbrales de las casas y de los corazones y decir de nuevo: *Estoy a la puerta llamando. Si alguien oye y me abre, entraré y cenaremos juntos (Ap 3, 20)*”.**

