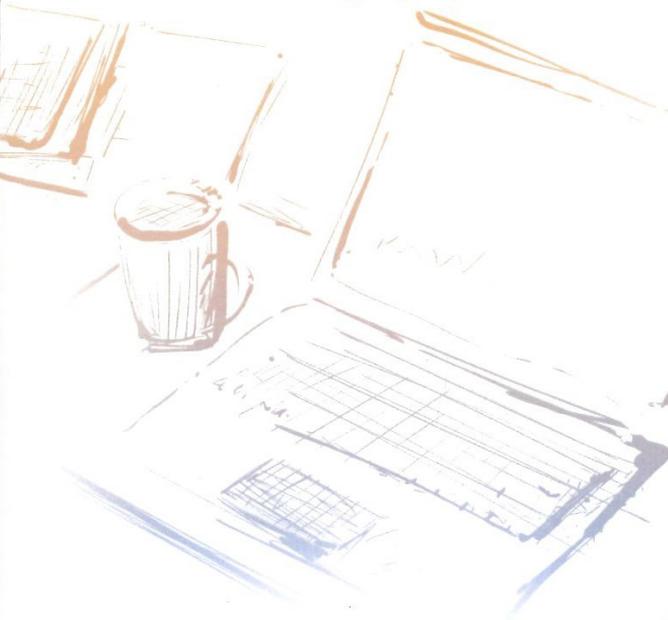


Manuel María Bru

Evangelizar en la cultura mediática

En clave de diálogo y oportunidad



sal y luz
EDITORIAL CCS

CURSO

Evangelizar en la Era Digital 3ª 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 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

Evangelizar en la cultura mediática I

- Evangelizar en clave de inculturación
- Evangelizar en clave de oportunidad
- Evangelizar en clave “bergogliana”
 - El tiempo es superior al espacio
 - La unidad prevalece sobre el conflicto
 - La realidad es más importante que la idea
 - El todo es superior a las partes



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

¿Desde qué concepción cultural de la fe plateamos el diálogo fe/cultura? ¿Desde la asepsia, desde la identidad, desde la integración o desde la "inculturación de la fe"?

¿Cuál de ellas supone la búsqueda de una “empatía” entre la fe y la cultura de cada lugar y de cada tiempo, sin que esta empatía se pueda confundir con una adaptación reduccionista y deformadora que la adultere y desvirtúe?



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

Si es desde la asepsia, hablamos de una fe ajena e indiferente de la cultura, la de un fideísmo para el que tanto la razón como las identidades culturales están infravalorados.

Si es desde la identidad, hablamos de 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.

Si es desde la integración, hablamos de 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.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

Pero si es desde la inculturación, que es lo que la Iglesia nos propone, hablamos de una fe que se incultura, en un lento proceso de discernimiento, de diálogo crítico pero constructivo. Pablo VI (1897-1978) lo explicó en *Evangelii Nuntiandi* (nº 20):

“El Evangelio y, por consiguiente, la evangelización no se identifican ciertamente con la cultura y son independientes con respecto a todas las culturas. Sin embargo, el reino que anuncia el Evangelio es vivido por hombres profundamente vinculados a una cultura, y la construcción del Reino no puede por menos de tomar los elementos de la cultura y de las culturas humanas. Independientes con respecto a las culturas, Evangelio y evangelización no son necesariamente incompatibles con ellas, sino **capaces de impregnarlas a todas sin someterse a ninguna**. La ruptura entre Evangelio y cultura es sin duda alguna el drama de nuestro tiempo, como lo fue también en otras épocas. De ahí que hay que hacer todos los esfuerzos con vistas a una generosa evangelización de la cultura, o más exactamente de las culturas”

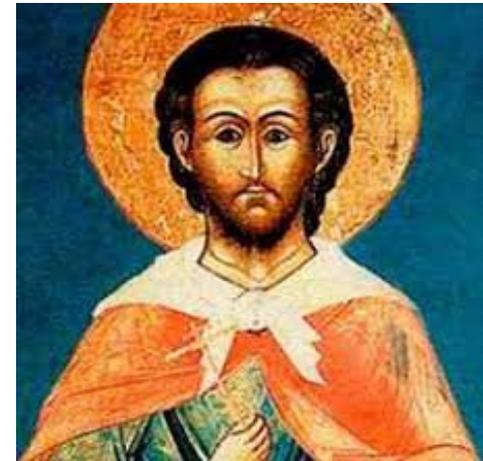


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

Inculturación no significa acomodo rendido a la cultura de cada tiempo. Se le atribuye al **Cardenal Newman** (1801-1890) la irónica sugerencia de que si la Iglesia adaptase su mensaje al espíritu de cada tiempo correría el riesgo de quedarse sucesivamente viuda.

Inculturación de la fe es búsqueda de diálogo humilde y sincero con todas las culturas, y puesta en marcha del **discernimiento paulino** (“examinadlo todo cuidadosamente, y quedamos con todo lo bueno”: 1 Tes. 5,21). Teniendo en cuenta la teología de las **“semillas del Verbo” de San Justino**, mártir apologista del siglo II: “Cuanto filósofos y poetas dijeron acerca de la inmortalidad del alma y de la contemplación de las cosas celestes, de los profetas tomaron ocasión no solo, para poderlo entender, sino también para expresarlo (Apología I, 44-46). “Ahora bien cuanto de bueno esta dicho en todos ellos, nos pertenece a nosotros los cristianos, porque nosotros adoramos y amamos, después de Dios, el Verbo, que procede del mismo Dios ingenito e inefable; pues Él, por amor nuestro, se hizo hombre para ser particionero de nuestros sufrimientos y curarlos. Y es que los escritores todos solo oscuramente, **pudieron ver la realidad gracias a la semilla del Verbo en ellos ingénita**” (Apología 2, 13)

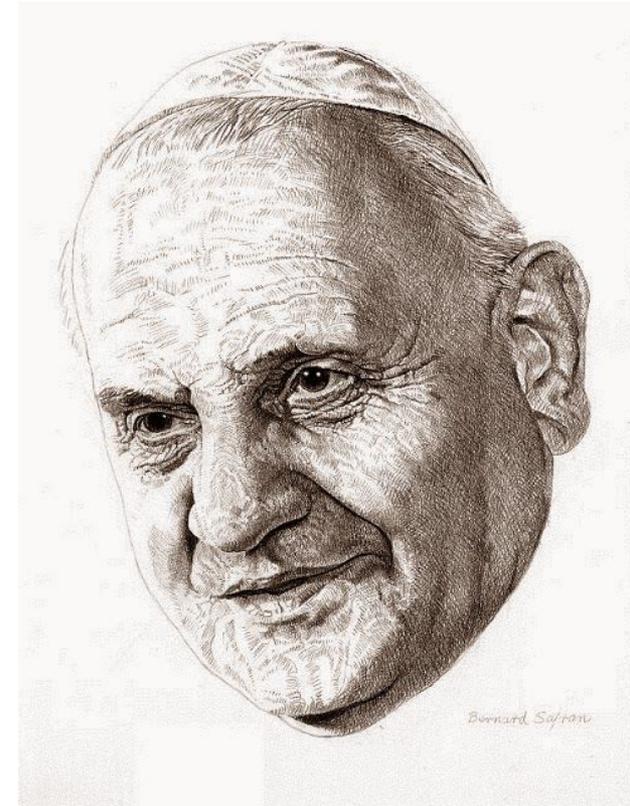


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

El cristianismo no conforma una cultura beligerante e impenetrable en las culturas, sino muy al contrario, se trata de una **fuerza interna que subyace en el fondo más auténtico de toda cultura**, y que a través de los puentes que se establecen entre la revelación del Verbo y las diversas *semillas del Verbo* esparcidas en todas las culturas, es capaz de inculturarse en todas ellas, es decir, de abrigar sus más variadas conquistas, formas, expresiones y desarrollos, aquilatados y filtrados por el sentido cristiano, para hacer de toda cultura una cultura cristianizada.

Además de la teología de las “semillas del verbo”, interesa aquí la **teología de los “signos de los tiempos” de San Juan XIII (1881-1963)**, entendidos como acontecimientos de la actualidad leídos desde la en clave de llamada providencial a la esperanza y/o a la oportunidad y el compromiso. Ambas fuertemente impulsadas por el Concilio Vaticano II.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

En tres momentos distintos de la constitución apostólica ***Gaudium et spes*** del Concilio Vaticano II se urge a la inculturación de la fe teniendo en cuenta los “signos de los tiempos”, y marca los fines específicos que la inculturación persigue:

Para conocer el mundo en el que vivimos: “Para cumplir esta misión es deber permanente de la Iglesia escrutar a fondo los signos de la época e interpretarlos a la luz del Evangelio, de forma que, acomodándose a cada generación, pueda la Iglesia responder a los perennes interrogantes de la humanidad sobre el sentido de la vida presente y de la vida futura y sobre la mutua relación de ambas. Es necesario por ello conocer y comprender el mundo en que vivimos, sus esperanzas, sus aspiraciones y el sesgo dramático que con frecuencia le caracteriza. He aquí algunos rasgos fundamentales del mundo moderno” (nº 4);



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

Para discernir los acontecimientos: “El Pueblo de Dios, movido por la fe, que le impulsa a creer que quien lo conduce es el Espíritu del Señor, que llena el universo, procura discernir en los acontecimientos, exigencias y deseos, de los cuales participa juntamente con sus contemporáneos, los signos verdaderos de la presencia o de los planes de Dios. La fe todo lo ilumina con nueva luz y manifiesta el plan divino sobre la entera vocación del hombre. Por ello orienta la mente hacia soluciones plenamente humanas (nº11);

Para adecuar el mensaje: “Es propio de todo el Pueblo de Dios, pero principalmente de los pastores y de los teólogos, auscultar, discernir e interpretar, con la ayuda del Espíritu Santo, las múltiples voces de nuestro tiempo y valorarlas a la luz de la palabra divina, a fin de que la Verdad revelada pueda ser mejor percibida, mejor entendida y expresada en forma más adecuada” (nº44).



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

1.- Evangelizar en clave de inculturación

El mismo Directorio General de la Catequesis valora la necesidad de **tener en cuenta los “signos de los tiempos”**: “La voz del Espíritu que Jesús, de parte del Padre, ha enviado a sus discípulos resuena también en los acontecimientos mismos de la historia. Tras los datos cambiantes de la situación actual, y en las motivaciones profundas de los desafíos que se le presentan a la evangelización, es necesario descubrir *los signos de la presencia y del designio de Dios (Gaudium et Spes, nº 11)*. Se trata de un análisis que debe hacerse a la luz de la fe, con actitud de comprensión. Valiéndose de las ciencias humanas (*Gaudium et Spes, nº 62*), siempre necesarias, la Iglesia trata de descubrir el sentido de la situación actual dentro de la historia de la salvación. Sus juicios sobre la realidad son siempre diagnósticos para la misión”.

Ambas perspectivas (Semillas de Verbo y Signos de los tiempos) abren insondables caminos para la inculturación porque convergen en esa visión que **Xabier Zubiri** (1898-1983) tenía de la historia de la humanidad como **“cristianismo en tanteo”**.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



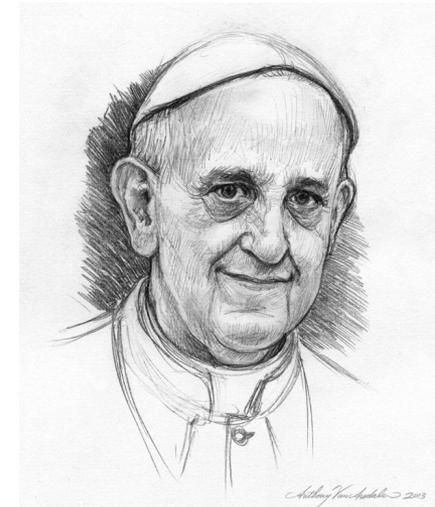
2.- Evangelizar en clave de oportunidad

El Papa Francisco reconoce en su exhortación apostólica *Evangelii Gaudium* los no pocos elementos negativos de la cultura circundante, cuando esta se convierte además en cultura dominante. Pero a pesar de ello, **el Papa nos llama a entender esta crisis cultural en clave de oportunidades para la evangelización en este contexto cultural**

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

2.- Evangelizar en clave de oportunidad

- **Reserva moral de humanismo cristiano** en la cultura popular (68).
- **Presencia de Dios en la ciudad**, que no se oculta a quienes lo buscan con un corazón sincero, aunque a tientas y de manera imprecisa y difusa (nº 71).
- Las “**nuevas culturas** que continúan gestándose en estas nuevas geografías humanas” expresan “un lugar privilegiado de la nueva evangelización” (nº 73).
- Por un lado, llegando “allí donde se gestan los **nuevos relatos y paradigmas**”, y ofreciendo un diálogo en medio de la interculturalidad (nº 74).
- Por otro lado, ofreciendo una **respuesta cristiana a las contradicciones de la ciudad moderna**, que ofrece a sus ciudadanos infinitas posibilidades, al tiempo que provoca entre ellos sufrimientos lacerantes de todo tipo (nº 74).
- Se trata de la **oportunidad de restaurar** desde el Evangelio **la dignidad de la vida humana en los contextos urbanos de la desconfianza**, no con inflexibles programas de evangelización, sino fermento testimonial que fecunda la ciudad (nº 75).



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



2.- Evangelizar en clave de oportunidad

Se trata de buscar las luces y las sombras del contexto cultural en el que vivimos, pero sin perder el presupuesto y la perspectiva de esta búsqueda, que no es en primer término un juicio moral a la sociedad de hoy y a la cultura en la que navega, sino la **exploración de los desafíos y las oportunidades** que ella nos da para entenderla mejor, querer más a nuestros contemporáneos que con nosotros “respiran” esta cultura.

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



La oportunidad de la sociedad postmoderna: Las nuevas generaciones, más desideologizadas, no entienden de mega relatos, pero si de micro relatos, de experiencias, de “topías”. **El mensaje cristiano se transmite también por micro-relatos, por el testimonio, y no es una utopía, sino una “topía”,** porque no es irrealizable, sino realizable, eso sí, en el dialéctica del “sí” pero “todavía no” de la teología del Reino de Dios, sembrado y en crecimiento en la historia, pero aún por florecer, hasta el final de los tiempos.

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



La oportunidad de la cultura débil: Lo mismo podemos decir de la cultura débil propia de esta sociedad postmoderna, por la que hay que, por un lado, valorar el que **las nuevas generaciones estén de vuelta de aquellas culturas fuertes de los totalitarismos que nos procuraron dos guerras mundiales.** Y por la que, por otro lado, hay que entender y “reconciliar” los límites de la cultura mediática porque, como explica **Gianni Vátimo**, en su teoría 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**”.

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



La oportunidad de la sociedad desvinculada: Buena Noticia hoy recae hoy sobre una sociedad especialmente necesitada de compañía, **especialmente necesitada de vínculos efectivos y afectivos, capaces no sólo de responder a la necesidad de todo hombre de amar y de ser amado,** sino también a la necesidad de una identidad, de una respuesta a la pregunta sobre quien es uno y a que y con quienes se reconoce identificado. De tal suerte, que **la evangelización en este contexto cultural supone inexorablemente ofrecer vínculos, los vínculos que esta cultura por una lado es incapaz de dar pero que por otro lado demanda incluso dramáticamente.** Y si la propuesta cristiana no es la propuesta de vínculos, del vínculo con Dios, del vínculo con los demás, del vínculo con un pueblo, ¿qué es entonces?

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



La oportunidad de la sociedad líquida: Se trata de una nueva oportunidad para la cultura del encuentro como diálogo desde la demanda de sentido. **La “espiritualidad líquida y de consumo”** que nos describe **Bauman** es una **oportunidad para recuperar dos palabras: amor y misterio:** “si el buscador de perlas pudiera comprarlas no las buscaría. El sentido hay que encontrarlo”. Este es el camino al Misterio. **La empatía con el hombre de hoy que vive en la sociedad líquida es la empatía con quien demanda espiritualidad porque demanda sentido para su vida,** con quien vislumbra el hastío del tener y el anhelo por el ser. Y es también la empatía por el hombre de hoy que descubre que lo máspreciado en la vida no esta en el mercado.

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I



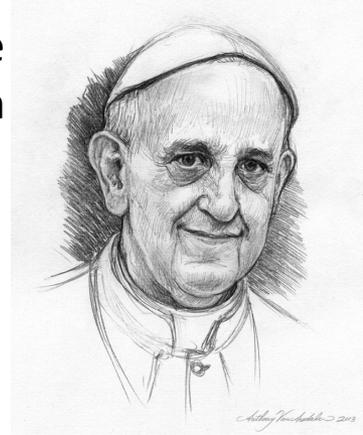
La oportunidad de la sociedad del cansancio: Explica el mismo **Byung-Chul Han**, que se atisban, con todo, posibilidades de redención: **en el hastío de este cansancio cabe el despertar del sosiego, del asombro, de la inspiración.** Y citando a **Peter Handke (1942)**, asegura que “a la comunidad de Pentecostés recibiendo al Espíritu Santo –a todos los apóstoles- me la imagino cansada. **La inspiración del cansancio dice menos lo que hay que hacer que lo que hay que dejar**”.

Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

En el pensamiento del Papa Francisco prima la clave de la oportunidad, que en su sentido más general consistiría en la oportunidad que la globalización mediática ofrece a la **“cultura del encuentro”**:

“En este mundo, los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros. Necesitamos resolver las diferencias mediante formas de diálogo que nos permitan crecer en la comprensión y el respeto. **La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros.** Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos. En particular, Internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos; y esto es algo bueno, es un don de Dios”



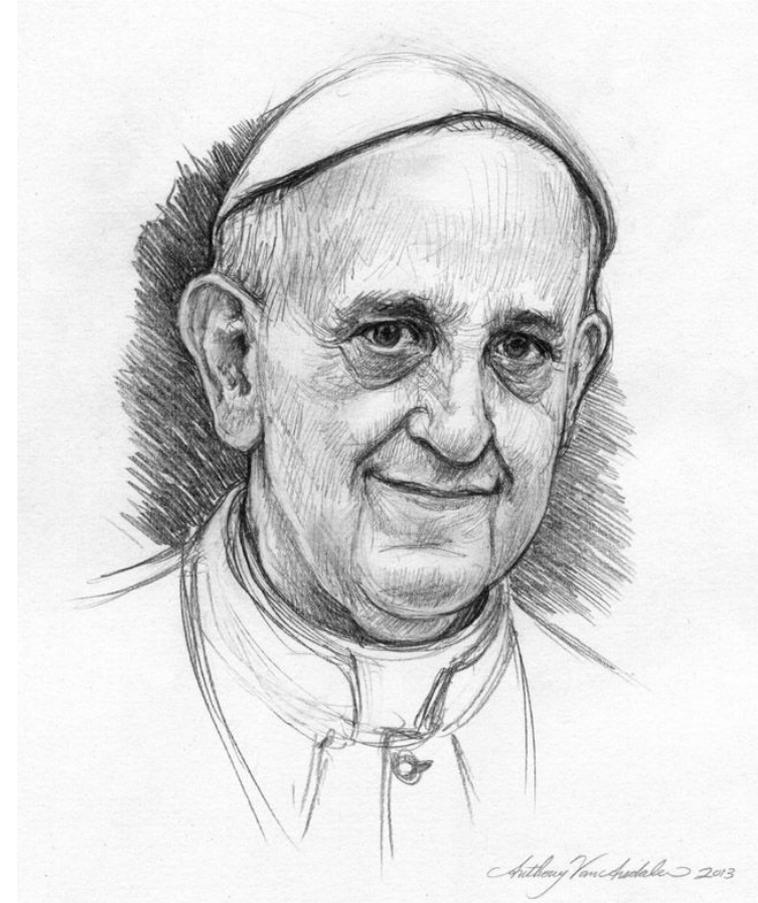
Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Los cuatro principios del Papa Francisco en *Evangelii Gaudium* (nº 217-), expuestos para tatar la cuestión de la paz social pero que él mismo aplica directamente a la evangelización explícita, nos sirven como cauces para **orientar y “corregir”, desde su propia dinámica interior, la cultura mediática:**

El tiempo es superior al espacio

En *Evangelii Gaudium* queda así definido este principio: “Este criterio también es muy propio de la evangelización, que requiere tener presente el horizonte, asumir los procesos posibles y el camino largo” (EG, 225); “Este principio permite trabajar a largo plazo, sin obsesionarse por resultados inmediatos” (EG, 223); “Darle prioridad al tiempo es **ocuparse de *iniciar procesos más que de poseer espacios***” (EG, 223).

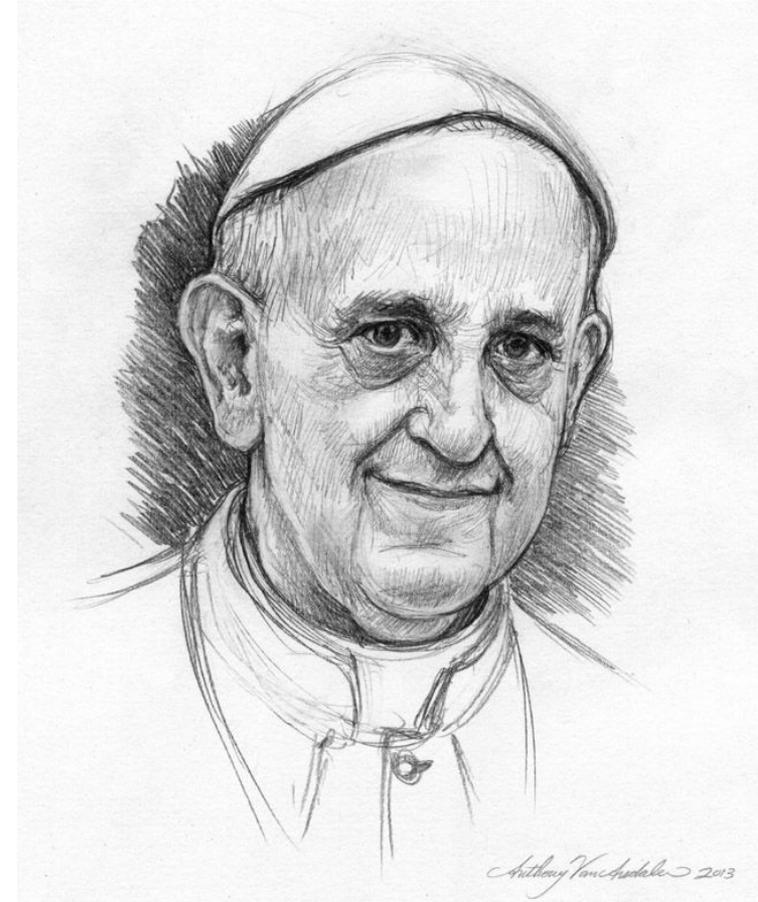


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Y los procesos suponen, haciendo extensible a la evangelización de las nuevas generaciones lo propuesto por el Papa para las familias desestructuradas en *Amoris Laetitia*, recorrer algunas etapas: **acogida, acompañamiento, discernimiento, integración.**

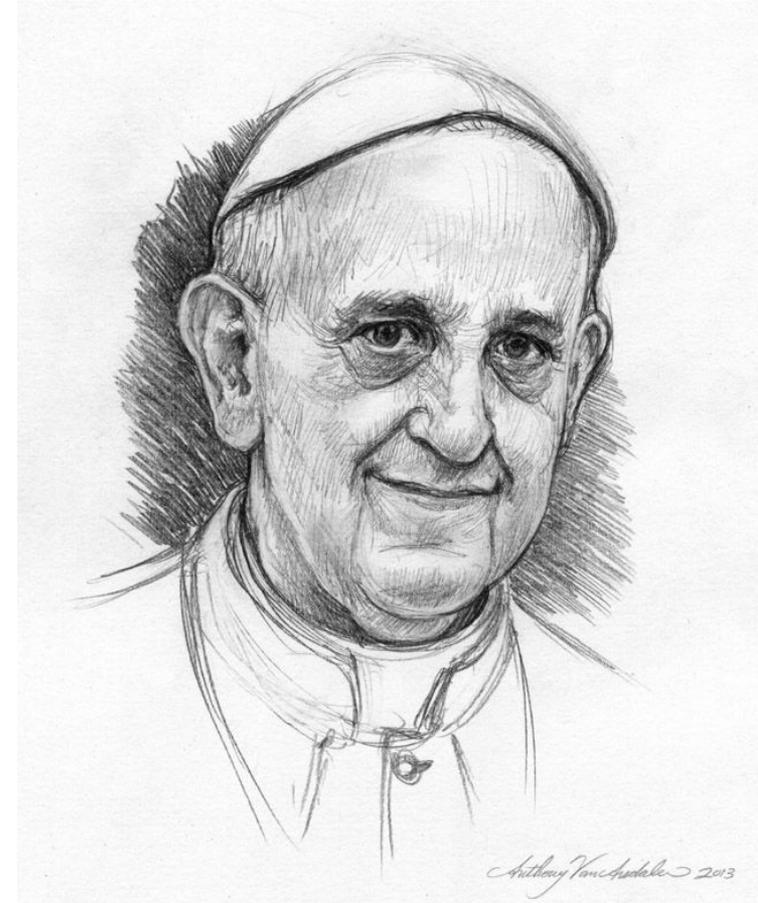
También supone una **relectura del *tempus* de la evangelización**, con el mismo enfoque por que supone una relectura del *tempus* educativo. Explica el profesor Julio Luis Martínez S.J. (1964-) que los auténticos educadores (y podríamos aquí decir lo mismo de los auténticos evangelizadores) “más que ocupar espacios o protagonismos, activan y acompañan procesos de los educandos, pues lo que verdaderamente tiene más importancia son los procesos y las acciones que generan dinamismos más duraderos que los fogonazos o los momentos de efervescencia, que son efímeros y no dejan huella.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Y en relación con la cultura mediática, afirma también Julio Martínez que “El tiempo que requieren los procesos se torna igualmente decisivo para el cultivo de espacios para pensar sobre el flujo imparable de la cultura de la virtualidad real, para controlar y no ser controlados por los instrumentos, para cultivar prácticamente la libertad de valorar y **elegir activamente lo que queremos hacer con las nuevas tecnologías y sus posibilidades incalculables y ambivalentes.** En la red hay muchos contenidos dañinos y al alcance de cualquier usuario; pero lo más grave es que la continua no digestión o asimilación de los materiales recogidos o recibidos, junto a la naturaleza inacabable y virtualmente instantánea de este proceso, provoca dispersión, extraversión de la conciencia, y un concepto de experiencia como adquisición continua que troquela por dentro al usuario”.

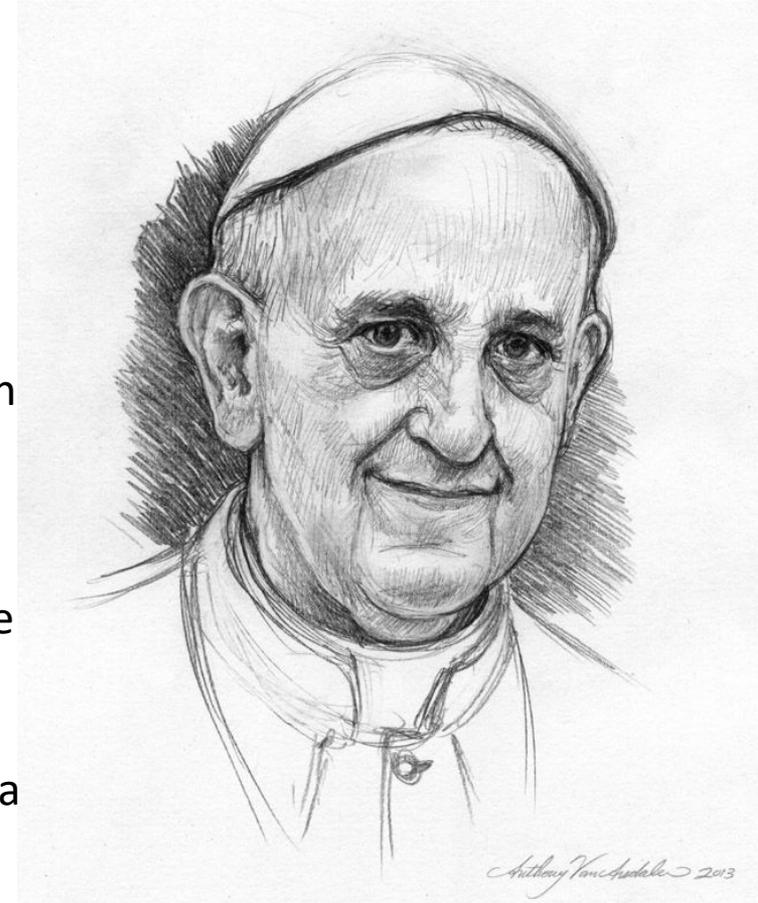


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

La unidad prevalece sobre el conflicto

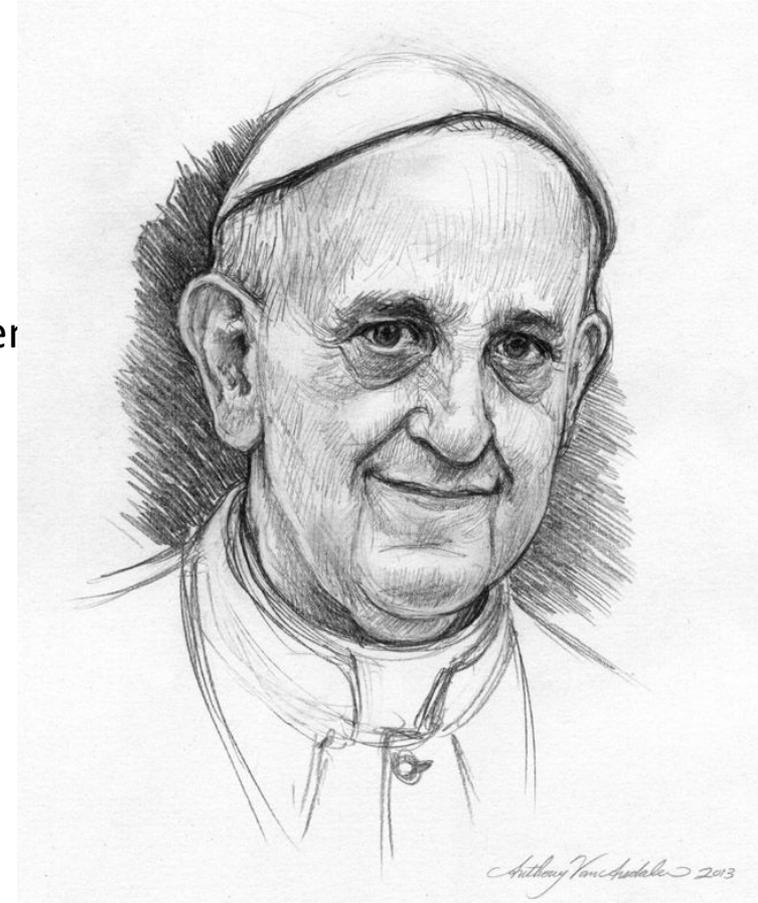
La cultura mediática tiende de suyo, al emerger en la sociedad post-moderna (desvinculada, líquida y cansada) más al multiculturalismo que al interculturalismo. Explica Julio Martínez que el enfoque multicultural “acepta la pluralidad cultural sin favorecer el intercambio ni un verdadero diálogo intercultural, y sí la segregación. Es un modelo que se fundamenta en una tolerancia con sentido pasivo respecto de los que tienen una cultura diferente y que se limita a aceptar al otro, sin que ello implique un intercambio y un reconocimiento en la recíproca transformación”. Incluso desde el punto de vista forma el lenguaje mediático tiende a la atomización y a la dispersión: promueve una comunicación de *imputs* dispersos, de mensajes sin correlación, sin pretensión significativa.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

El diálogo evangelizador con la increencia, pero sobre todo con la indiferencia y la prescindencia religiosa, nos sitúa ante el desafío de caer ni el lado del **sincretismo pacífico** (en una sociedad plural hay que rebajar el anuncio explícito) ni del lado del **combate ideológico** (en una sociedad plural hay que definirse en calve de confrontación y disenso), que renuncian a la interculturalidad, sino construir pacientemente **procesos de superación de las diferencias y de búsqueda de las convergencias** hasta donde alcancen las posibilidades de la comunión. Sirva para entender la hondura de este desafío la profecía del filósofo e historiador polaco Feliks Karol Koneczny (1862-1949): “En el futuro inmediato ya no serán las tensiones ideológicas, sino las culturales, las que marquen las relaciones en el mundo; y ya no serán los Estados nacionales, sino las civilizaciones, los principales actores políticos.



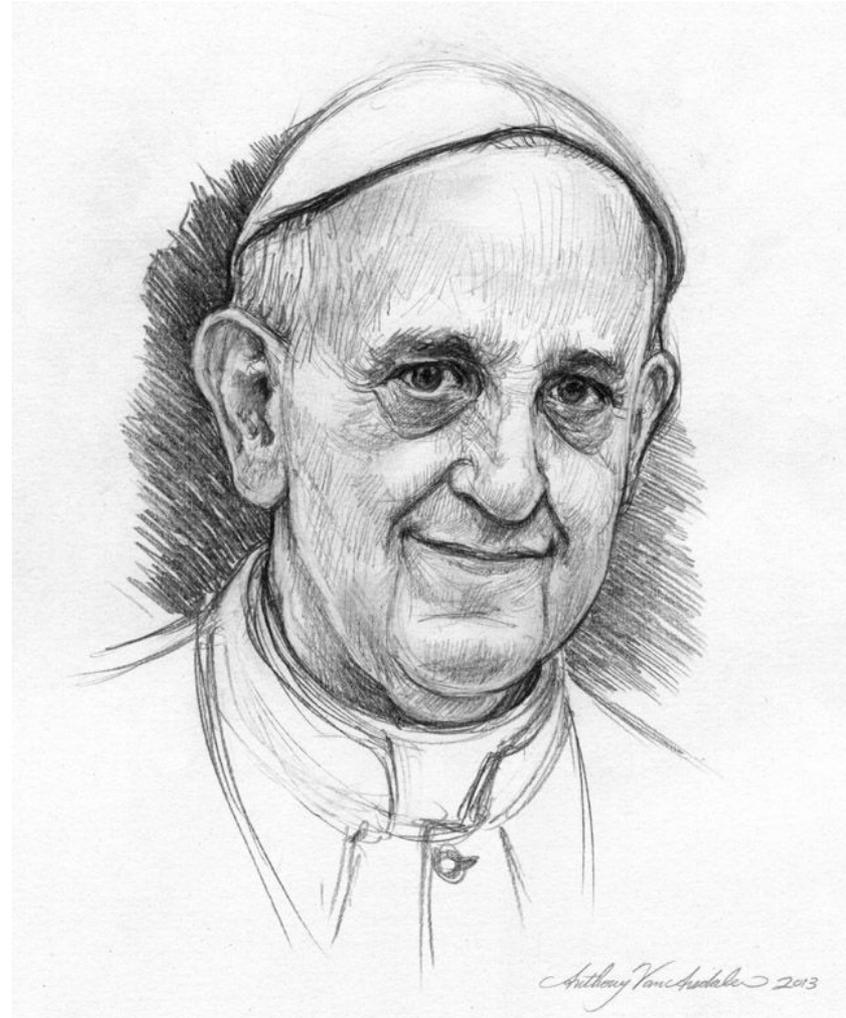
Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

La realidad es más importante que la idea

La tendencia a la simplicidad y la capacidad de manipulación de los mensajes de la cultura mediática contribuye notablemente a la ocultación de la realidad:

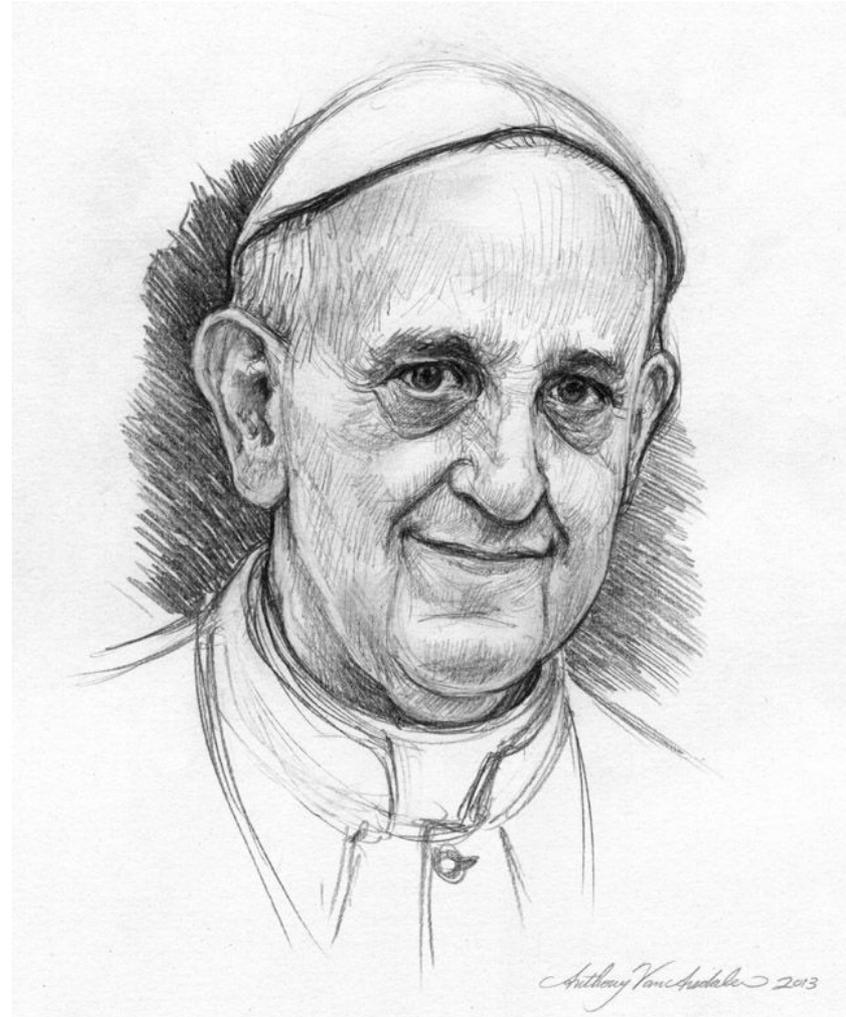
- “los purismos angélicos,
- los totalitarismos de lo relativo,
- los nominalismos declaracionistas,
- los proyectos más formales que reales,
- los fundamentalismos ahistóricos,
- los eticismos sin bondad,
- los intelectualismos sin sabiduría” (EG, 231).



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

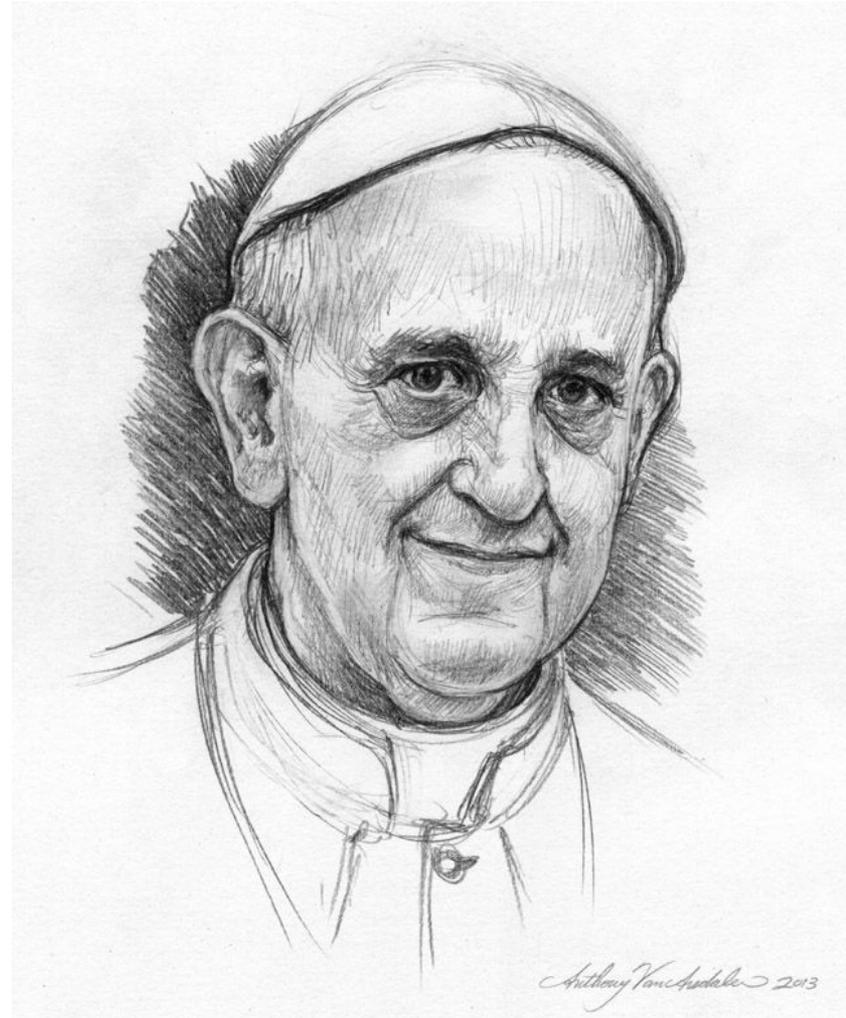
Pero, por otro lado, la cultura mediática favorece la prevalencia de la realidad sobre la idea, puesto que **antepone la capacidad comunicativa de la imagen** (rostros concretos, historias concretas), a no ser que termine fuertemente influenciada por el paradigma tecnológico, denunciado tanto por Pablo VI (en su encíclica *Populorum progressio*), como por el Papa Francisco (en su encíclica *Laudato si*), que antepondría la *idea* (la de un racionalismo eficacista que subsume el bien, la verdad y la belleza) a la realidad integral del bien del hombre.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Este criterio sirve tanto para **valorar los nuevos recursos mediáticos, sobre todo los audiovisuales**, como medios de conexión con aspectos menos próximos de la realidad (situaciones sociales y eclesiales universales, testimonios, etc...), como para **no caer en el embrujo de la capacidad de impacto de esos mismos recursos**, que pueden declinar en reduccionismos cosméticos o retóricos (EG, 232), o en “degenerar en intimismos y gnosticismos” (EG, 233).

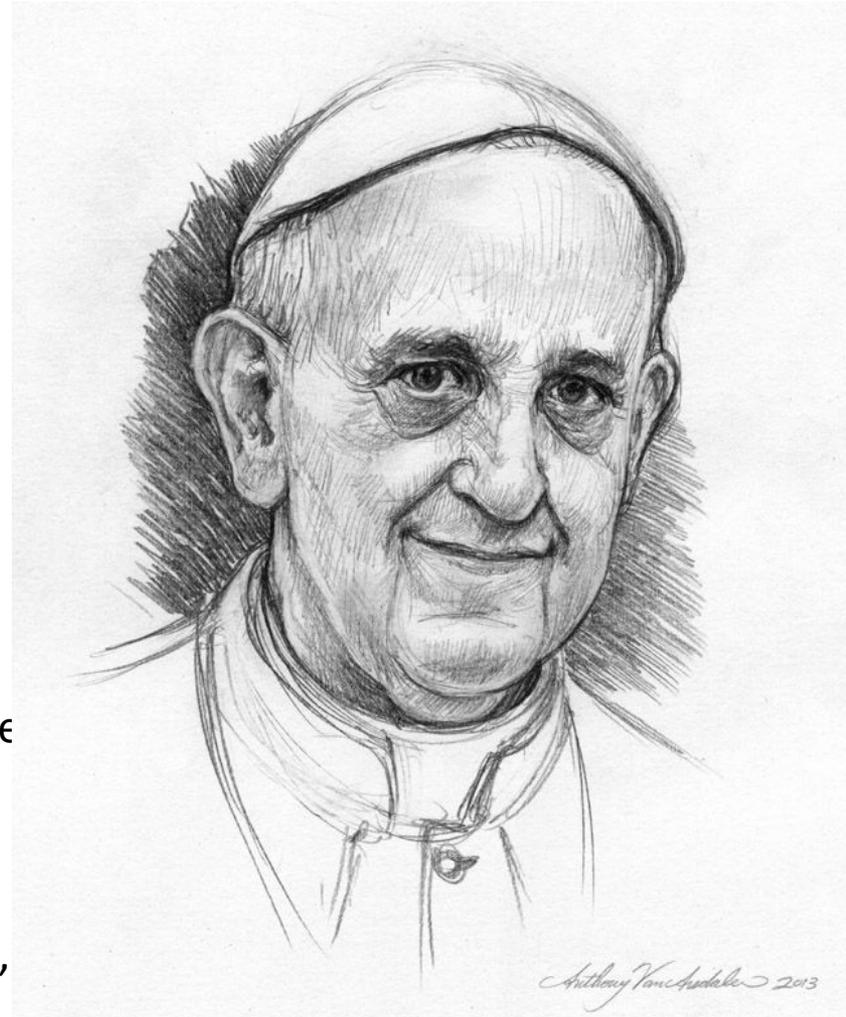


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

El todo es superior a la parte

“El Evangelio tiene un criterio de totalidad que le es inherente: no termina de ser Buena Noticia hasta que no es anunciado a todos (...) El todo es superior a la parte” (Eg, 237). Al **anteponer** este principio, sin perder un prudente equilibrio, **globalización a localización**, encuentra más oportunidades que dificultades para el anuncio del Evangelio en la cultura mediática, siempre que no se promuevan, por exceso, “ciudadanos que vivan en un universalismo abstracto y globalizante, miméticos pasajeros del furgón de cola, admirando los fuegos artificiales del mundo, que es de otros, con la boca abierta y aplausos programados” (EG, 234).

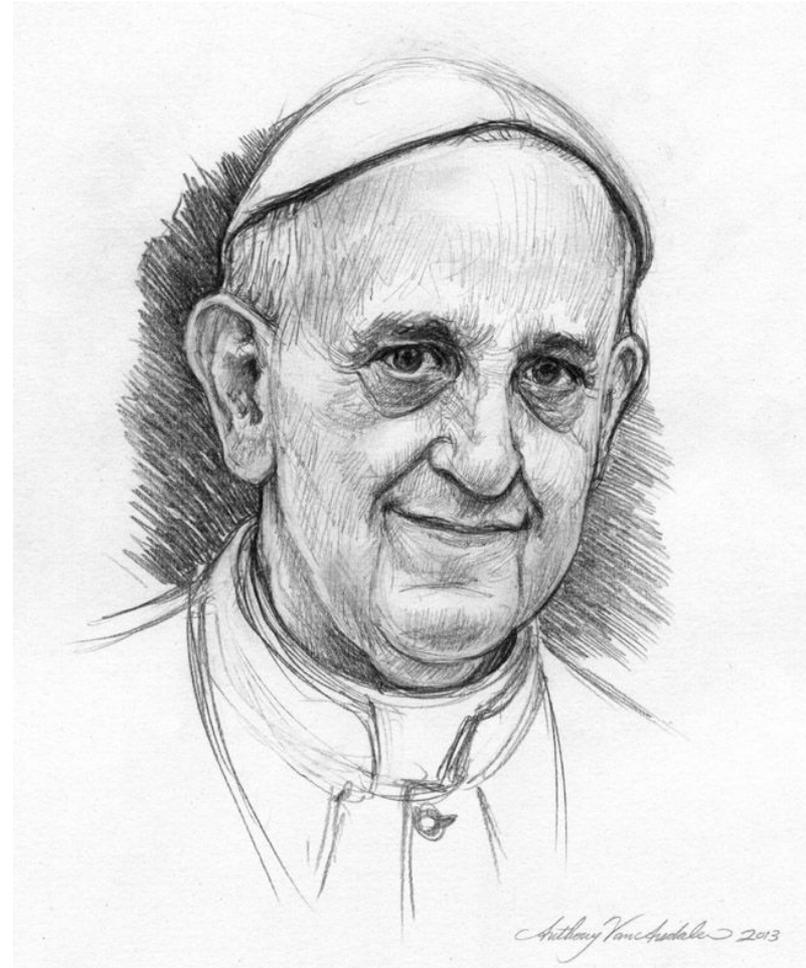


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Con todo, el Papa propone un modelo que sirve de correctiva orientación a la cultura mediática: “El modelo no es la esfera, que no es superior a las partes, donde cada punto es equidistante del centro y no hay diferencias entre unos y otros. **El modelo es el poliedro**, que refleja la confluencia de todas las parcialidades que en él conservan su originalidad” (EG, 236).

¿Qué significa esto para la Evangelización en general? **“Tanto la acción pastoral como la acción política procuran recoger en ese poliedro lo mejor de cada uno”, potenciando a los pobres, incluyendo a las “personas que puedan ser cuestionadas por sus errores”, etc... (EG, 237).**

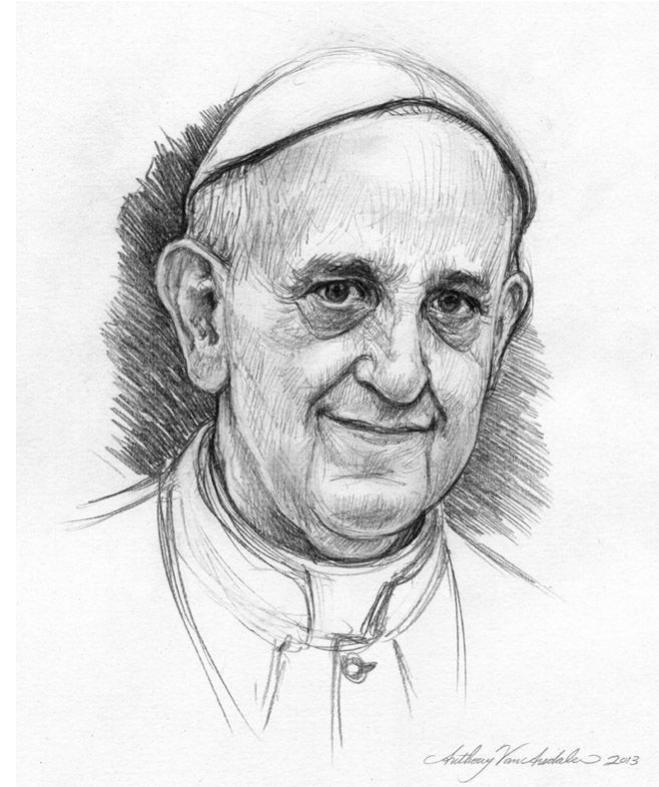


Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

Se trata de aplicar a la Evangelización el **criterio del bien común**, uno de los cuatro principios de la Doctrina Social de la Iglesia, que a diferencia del principio utilitarista del *mayor bien* (o bienestar) para el mayor número (...), requiere no olvidarse de nadie (la centralidad o el valor de cada persona), reconocer y cuidar a las minorías y los bienes de su comunidad como parte valiosa de la diversidad de la sociedad de todos”.

¿Qué significa esto para la Evangelización en la cultura mediática? Entre otras cosas, impulsar la creatividad de recursos mediáticos según este principio. Por ejemplo en el uso de recursos audiovisuales, **la “brecha” mediático social hace que la calidad de estos recursos este muy localizada** (reflejando realidades y sensibilidades del primer mundo). El transporte de estos recursos a través de las redes sociales podría, en movimientos de red eclesial universal, promover la totalidad inclusiva o poliédrica.



Evangelizar en la era digital 3ª Parte: Evangelizar en la cultura mediática I

3.- Evangelizar en clave “bergogliana”

De aquí (de esta clave bergogliana expresada en estos principios) deducimos que la evangelización en la cultura mediática tiene una premisa fundamental, **la Cultura del Encuentro**, porque como dice el Papa Francisco, “no es la cultura del choque, la cultura del conflicto, la que construye la convivencia en los pueblos y entre los pueblos, sino la cultura del encuentro.

La cultura del Encuentro por tanto **resitúa la percepción del mundo, la pastoral en general y la “pastoral mediática”**:

- De una percepción negativa del mundo, a una percepción interpelante del mundo.
- De una pastoral reactiva a una pastoral proactiva
- De una pastoral mediática restrictiva a una pastoral mediática creativa y extensiva.

