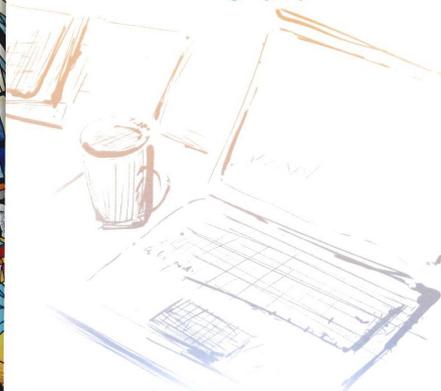


Manuel María Bru

Evangelizar en la cultura mediática

En clave de diálogo y oportunidad



sal y luz
EDITORIAL CCS

CONFERENCIA

Los desafíos de la Cultura mediática para la catequesis, la escuela y la familia

Manuel María Bru Alonso

Delegado Episcopal de Catequesis
de la Archidiócesis de Madrid

Presidente de la Fundación Crónica Blanca



Los desafíos de la cultura mediática



La cultura mediática

- ¿Qué entendemos por cultura?
- ¿Qué entendemos por cultura mediática?
 1. La cultura propia del actual momento de la globalización
 2. La cultura emergente de la Sociedad de la Información
 3. La cultura emergente de la Sociedad postmoderna (desvinculada, *líquida*, del cansancio)
 4. La cultura débil propia de un cambio de época
 5. La cultura del sexto continente que inaugura un nuevo lenguaje

Los desafíos

- Nueva en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones
- Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje
- En la catequesis y en la pastoral educativa
- En la pastoral familiar

Los desafíos de la cultura mediática

¿Qué cultura?

Cultura en el sentido más amplio, no un conjunto de expresiones culturales literarias o plásticas, sino aquel:

“Sistema integrado de creencias (acerca de Dios, de la realidad, del sentido último), **de valores** (de lo que es verdadero, bueno, bello y normativo), **de costumbres** (cómo comportarse, relacionarse con otros, hablar, rezar, vestir, trabajar, jugar, comerciar, comer, etc.), **y de instituciones que expresan dichas creencias, valores y costumbres** (gobiernos, juzgados, templos, iglesias, familia, escuelas, hospitales, tiendas, sindicatos...), **que entrelazan una sociedad y le dan sentido de identidad, dignidad, seguridad y continuidad”**.

Definición del teólogo protestante Robert Scott recogida por el profesor: JULIO MARTÍNEZ S.J. *La cultura del encuentro. Desafío e interpelación para Europa*. Editorial Sal Terrae, Maliaño (Cantabria) 2017, p.15.



Los desafíos de la cultura mediática

¿Qué entendemos por cultura mediática?

¿Qué entendemos entonces por “cultura mediática”? ¿Qué entendemos entonces por “cultura mediática”?

- La cultura mediática es la cultura **emergente, omnipresente, y dominante** en el mundo **globalizado,**
- marcado por la **sociedad de la información,**
- y caracterizado por la **sociedad post-moderna y débil.**
- Una cultura además configuradora a la vez que determinada por el llamado “**sexto continente**”,
- especialmente influyente en las **nuevas generaciones,**
- y portadora de un **nuevo lenguaje.**



Los desafíos de la cultura mediática

1.- La cultura propia del actual momento de la globalización.

La globalización tiene dos caras, como una moneda, diferenciables pero inseparables: la globalización económica y la globalización cultural. Además de inseparables, son **interdependientes:**

La globalización económica sostiene a la cultural en los pocos principios ideológicos que comparte. La cultura globalizada “mediática” esta **fundamentalmente basada en la ideología neoliberal:** relativismo, individualismo, autosuficiencia, competitividad, progresismo histórico, idealización del cambio, etc....



Los desafíos de la cultura mediática

1.- La cultura propia del actual momento de la globalización.

Cuando hablamos de globalización cultural y mediática, **tenemos que reconocer el proceso histórico del importantísimo impacto que siempre han tenido los recursos mediáticos en la construcción cultural. Al menos podemos distinguir tres grandes hitos:**

- 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 (revolución Marconi)** al envío de imágenes analógicas (**revolución Nipokow**).
- De surgimiento de **Internet** al desarrollo de todos los **nuevos medios** (con las redes sociales) **y soportes** (dispositivos móviles).
- Y por tanto, de la **aldea global** (McLuhan) a la **Cultura Mediática**.



Los desafíos de la cultura mediática



2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información*.

El concepto de “Sociedad de la Información” tiene dos acepciones complementarias:

Por un lado, la acepción originaria se enmarca en la **perspectiva económico-social**, en vista a la cual algunos historiadores, apostando por una mayor relevancia de los cambios estructurales de la economía en el devenir histórico, dan suma importancia al paso en la era moderna de la economía industrial a la de servicios y de ésta a la economía de la información, por lo que **dividen la historia de la sociedad moderna en**

- **“Sociedad industrial”** (Siglo XIX y principios del XX),
- **“Sociedad postindustrial”** o **“Sociedad de servicios”** (mediados del siglo XX), y
- **“Sociedad de la información”** (finales del siglo XX y primeros del XXI).



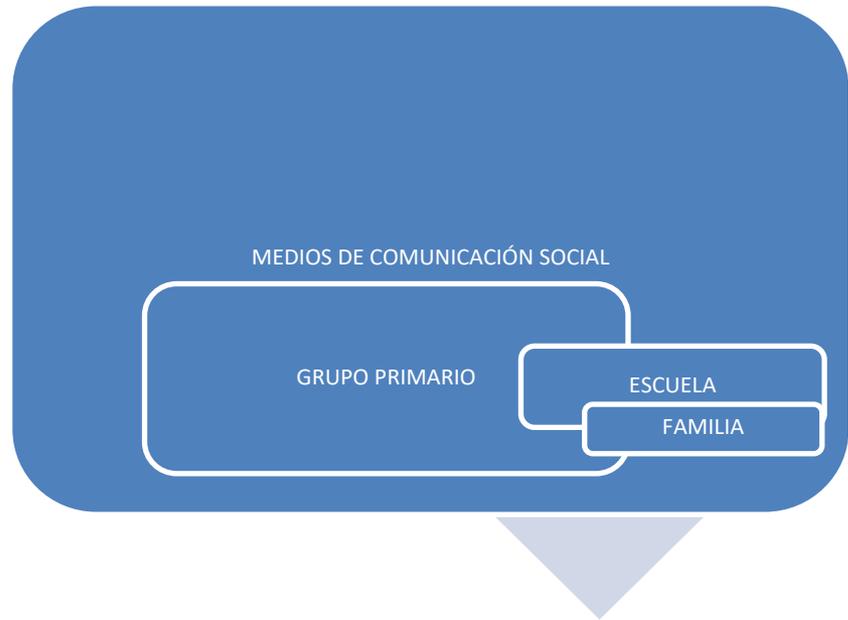
Los desafíos de la cultura mediática

2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información*.

Ya no son ni la industria ni los servicios los principales motores económicos en torno a los cuales giran los cambios sociales, sino la revolución tecnológica, que procura inmediatez y precisión en las operaciones económicas antes inimaginable, **que hace que el progreso económico de las empresas y de los países dependa de su capacidad de adaptación a la acelerada innovación no sólo informática sino también informativa, que aporta los principales *inputs* al crecimiento económico**, y que precipita la economía global o multinacional. Que la “cultura mediática” sea la propia de esta etapa parece evidente, y pone de manifiesto su relevancia.



Los desafíos de la cultura mediática



2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información.*

Por otro lado esta la acepción más explícitamente cultural, que entiende la Sociedad de la Información, y por tanto que sea el concepto de información el que determina la sociedad de hoy, **desde la perspectiva educativo-cultural. Se fija fundamentalmente en los cambios de primacía en los ámbitos de transmisión cultural (familia, escuela, grupo primario y/o comunidad religiosa, Medios de Comunicación Social).**



Los desafíos de la cultura mediática



2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información.*

Si la **escolarización universal** vinculada al desarrollo social de los pueblos supone un desplazamiento de la familia como primer factor de transmisión cultural, generando en las sociedades modernas ya desde el principio del siglo XX una suerte de **dinámica competencia entre familia, escuela y grupo primario** (que a su vez va perdiendo capacidad de influencia por el desplazamiento del mundo rural al urbano), **la irrupción de los medios de comunicación de masas (radio, televisión, Internet), genera un desplazamiento acelerado.**



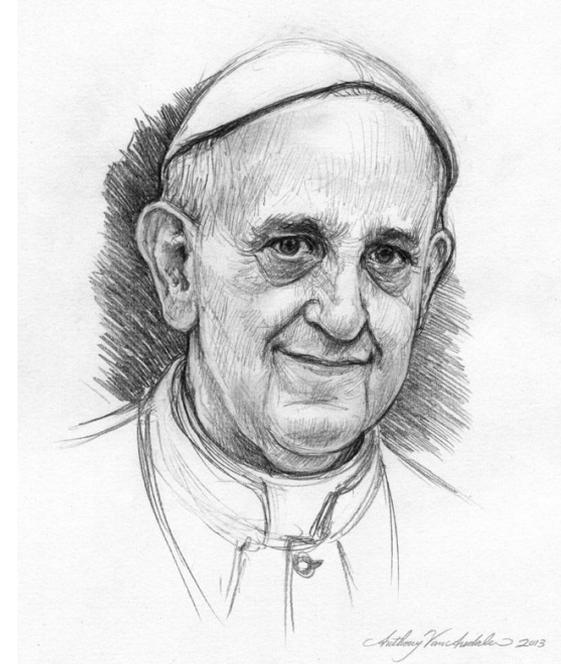
Los desafíos de la cultura mediática

2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información*.

La crisis de la familia y de la escuela es a la vez causa y consecuencia de dicho desplazamiento. La omnipresencia mediática en la transmisión de valores y tradiciones culturales entre las generaciones es evidente, incluida la transmisión de la fe. Merece la pena especialmente tomar conciencia con el Papa de este punto:

“Tampoco podemos ignorar que en las últimas décadas se ha producido una ruptura en la transmisión generacional de la fe cristiana en el pueblo católico. Es innegable que muchos se sienten desencantados y dejan de identificarse con la tradición católica, que son más los padres que no bautizan a sus hijos y no les enseñan a rezar, y que hay un cierto éxodo hacia otras comunidades de fe” (Evangelii Gaudium, 70).

Los Medios de Comunicación Social educan o des-educan siempre, y cada vez ocupan un espacio más relevante en la educación de las nuevas generaciones.



Los desafíos de la cultura mediática



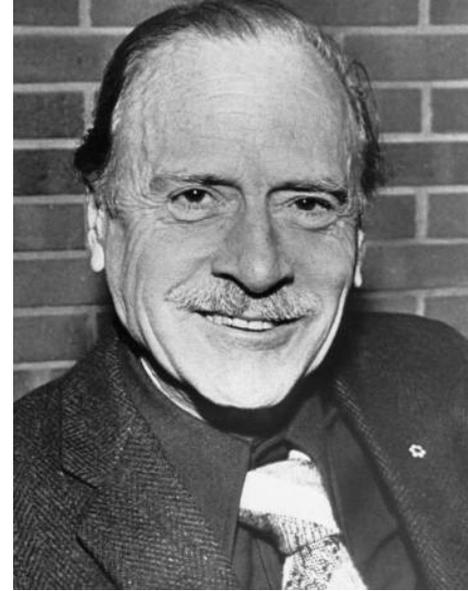
2.- La cultura emergente de la *sociedad de la información*.

Por tanto, **cuando hablamos de la cultura mediática en la sociedad de la información**

- estamos, por un lado, **describiendo a aquella cultura dominante que condiciona la organización social y económica hoy.**
- Y, por otro lado, estamos hablando de **la cultura que se transmite de una generación a otra, desplazando a la familia, a la escuela y al grupo primario.** Una cultura que no es sólo “acervo cultural” (simbolizado en el wikipedia, muchos más atomizado e impreciso que la enciclopedia), que no termina de dar el soñado paso “de la sociedad de la información” a la “sociedad del conocimiento”,
- sino que **es cultura porque todo lo que expone conlleva ideas, sentimientos, música, imágenes, y por tanto, modelos culturales de la realidad.**



Los desafíos de la cultura mediática



3.- La cultura emergente de la Sociedad postmoderna (desvinculada, líquida, del cansancio)

La cultura mediática esta fuertemente marcada por su mediación, según esa provocativa expresión de **Marshall McLuhan** (1911-1980) a la hora de mostrar lo más relevante de la misma: **“el medio es el mensaje”**. Es decir, **la medicación tecnológica condiciona el mensaje**.

Pero la cultura mediática no sólo queda definida por la mediación, sino por la omnipresente e inmediata difusión de los rasgos propios de la sociedad de hoy. A saber:



Los desafíos de la cultura mediática

3.- La cultura emergente de la Sociedad postmoderna (desvinculada, líquida, del cansancio)

La cultura de una sociedad desvinculada que, según **Josep Miro Ardèvol (1944-)**, 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**.

JOSEP MIRÓ ARDÈVOL. *La sociedad desvinculada. Fundamentos de la crisis y necesidad de un nuevo comienzo*. Stela Maris, Barcelona, 2014.



Los desafíos de la cultura mediática

3.- La cultura emergente de la Sociedad postmoderna (desvinculada, líquida, del cansancio)



La cultura de una sociedad líquida:

Nada hay ya solido, todo es liquido: disperso, incontenible, insignificante, explicada por el gran filósofo y sociólogo polaco **Zygmunt Bauman (1925-2017)**, **caracterizada por:**

- **Tensión en las coordenadas espacio-temporales:** vivimos el tiempo cada vez de modo más acelerado y demandado como bien escaso, y vivimos el espacio cada vez más de un modo des-localizado por la globalización, sin capacidad de estabilidad y de arraigo.
- **Cada vez se cree menos en Dios:** en la medida en que es sustituido por el individualismo (dioses de nosotros mismos), completado por una colectividad de consumo. Pero tampoco se cree en el futuro, y decaen las razones para la esperanza.
- **Todo queda reducido al paradigma ideológico liberal de la oferta y la demanda:** toda necesidad es consumible y se reconoce en el “yo siento”. Las necesidades espirituales se consumen en el mercado terapéutico.



Los desafíos de la cultura mediática

3.- La cultura emergente de la Sociedad postmoderna (desvinculada, líquida, del cansancio)



La cultura de la sociedad del cansancio, explicado por el filósofo alemán de origen coreano Byung-Chul Han (1959-):

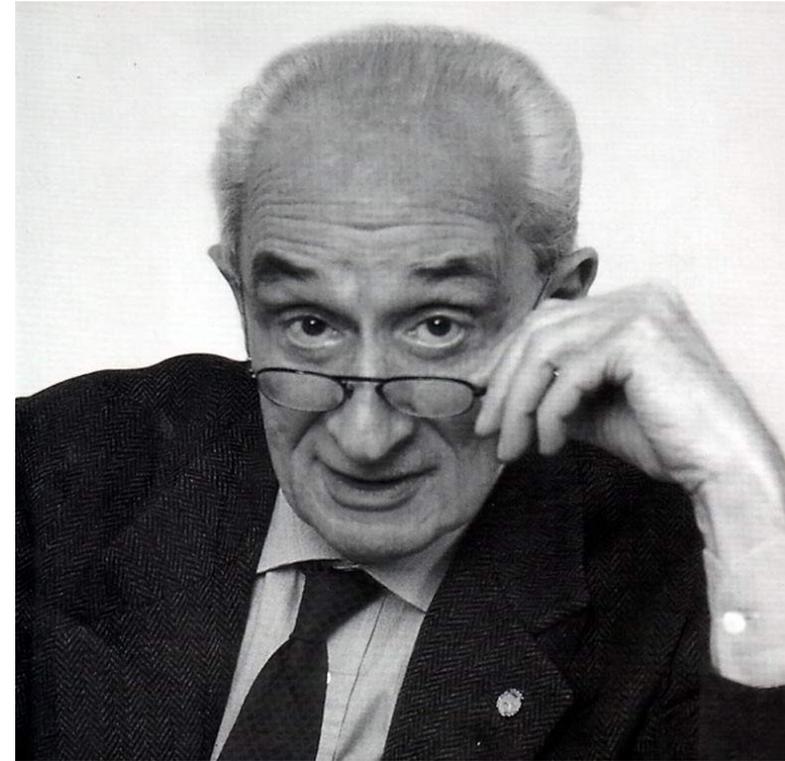
- En una sociedad en la que niega la negatividad y **se pretende disfrazar todo de la positividad del bienestar**, que **busca inmunizarse de las infecciones psicológicas** (depresión, trastornos de la personalidad y de la atención, etc...), **se produce un cansancio múltiple: cansancio del rendimiento, cansancio del otro, cansancio del mismo lenguaje, cansancio de todo.**
- ¿Tendrá algo que ver con esto la preocupación de Benedicto XVI por el **“cansancio de la fe”** o de Francisco por la **“globalización de la indiferencia”**?



Los desafíos de la cultura mediática

La cultura emergente de la Sociedad postmoderna
(desvinculada, líquida, del cansancio)

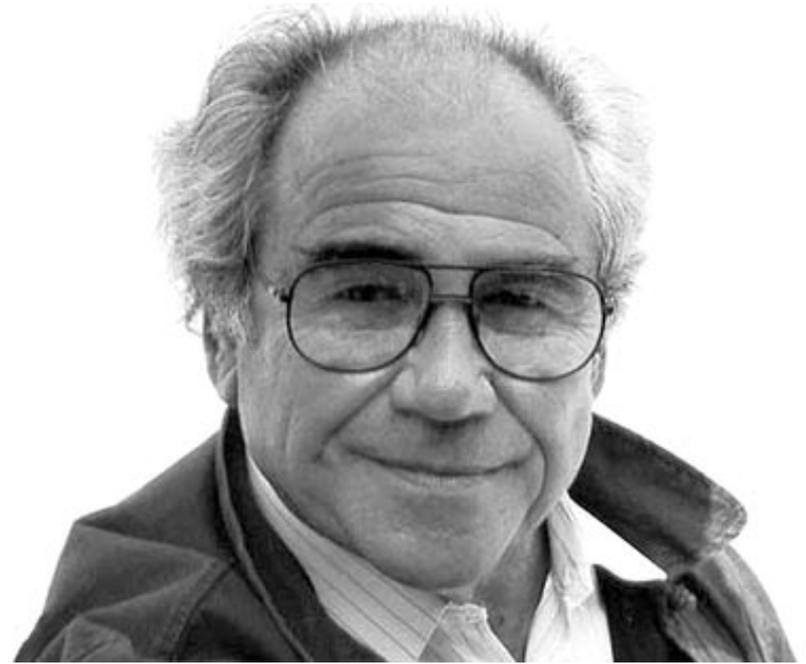
- **La cultura del “homo videns”**: Para otro filósofo escudriñador de la cultura globalizada actual, **Giovanni Sartori (1924-2017), el hombre de nuestro tiempo se define como “Homo Videns”, es decir, “hombre espectador”,** pues considera que la sociedad de la información es más bien **“sociedad del espectáculo”** o, en términos más críticos, **“sociedad teledirigida”**. Para Sartori, evidentemente, también la pantalla es no sólo -y hoy en día ya no tanto- la del televisor tradicional, **como la del ordenador o la de los nuevos soportes digitales móviles.**



Los desafíos de la cultura mediática

La cultura emergente de la Sociedad postmoderna
(desvinculada, líquida, del cansancio)

- **El filósofo y sociólogo francés Jean Baudillard** (1929-2007), explicaba que “el hombre de hoy aparece como un **hombre fracturado, fragmentado, habitante de un mundo hiperconectado 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*”.

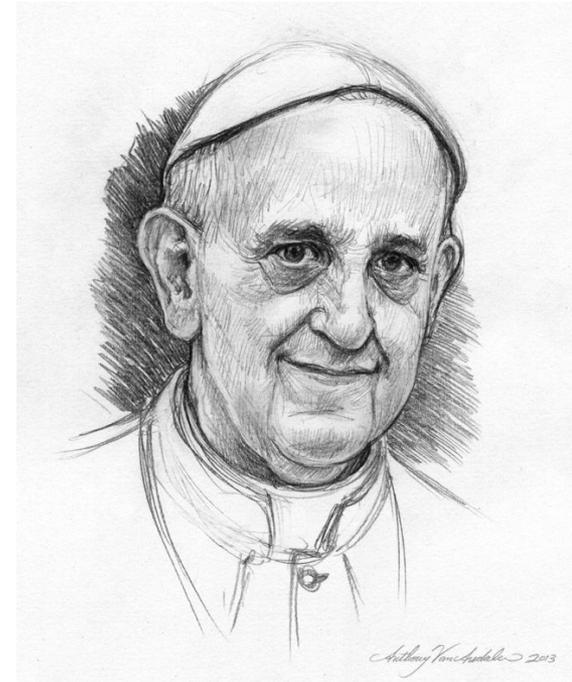


Los desafíos de la cultura mediática

4.- La cultura débil propia de un cambio de época: dos exponentes:

No vivimos sólo una época de cambios, sino un cambio de época. Como explica el Papa Francisco, “este cambio de época se ha **generado por los enormes saltos cualitativos, cuantitativos, acelerados y acumulativos que se dan en el desarrollo científico, en las innovaciones tecnológicas y en sus veloces aplicaciones en distintos campos de la naturaleza y de la vida. Estamos en la era del conocimiento y la información, fuente de nuevas formas de un poder muchas veces anónimo**”.

Cambio de época **“cuyo nivel más profundo es el cultural”**, como dice el Documento de Aparecida (nº 44). La primacía del cambio lleva siempre el nombre de crisis que, antes de evocar a la oportunidad, describe una ruptura. **La crisis de este cambio de época exige que la cultura dominante sea débil.**



Los desafíos de la cultura mediática

4.- La cultura débil propia de un cambio de época:

- **Gianni Vattimo** (1936-) nos hace ver que somos testigos del **paso que se produce entre el pensamiento fuerte** (verdad, unidad, totalidad) **y el pensamiento débil**: no de un nihilismo trágico y nostálgico (Nietzsche), sino de un nihilismo resignado.



Los desafíos de la cultura mediática

4.- La cultura débil propia de un cambio de época:

- **Jean François Lyotard (1924-1998)** define la postmodernidad como la evolución ineluctable de la sociedad industrial hacia **la destrucción de los grandes sistemas discursivos y su sustitución por una nube de pequeñas moralidades comunitarias cuya quintaesencia sería la caída en lo fútil y en el artificio**. Las consecuencias de la postmodernidad son:
 - **Renuncia a las utopías e ideologías del progreso** (marxismo, iluminismo, y capitalismo).
 - **Crisis de los mega-relatos, las cosmovisiones, y las religiones.**



Francois Lyotard, Amsterdam, 1993



Los desafíos de la cultura mediática



5.- La cultura del sexto continente

- **El concepto de “sexto continente” tiene muchas acepciones:** geográfico (La Zelandia bajo el océano Pacífico), humano (la conquista de la interioridad), ecológico (las acumulaciones de plásticos y otros residuos en los océanos), etc... Pero la acepción más común es la que hace referencia al mundo virtual.
- **Se trataría de un verdadero nuevo continente determinado por el ciberespacio,** que aún recreando la realidad de los cinco continentes **la transporta y la transforma en un mundo aparte.**
- Y así como cada continente contiene historia, culturas, lenguas, tradiciones, etc..., podemos decir que **el último continente no descubierto sino recreado vendría a ser el “nuevo mundo” del siglo XXI,** poblado principalmente por las nuevas generaciones de **migrantes digitales,** con una **historia incipiente,** y con un **aparato lingüístico-simbólico propio.**



Los desafíos de la cultura mediática

5.- La cultura del sexto continente

Y así como no pocos pioneros de los nuevos mundos descubiertos y conquistados en el siglo XVI tuvieron la osadía de viajar varias veces entre Europa y América o entre Europa y Asia, por lo que se le llamaban aventureros,

- **ahora cada día navegamos varias veces por ese archipiélago virtual del Sexto Continente y volvemos al nuestro de origen sin parpadear**, con la diferencia que los **analógicos** (e incluso los nacidos ya con Internet –Generación Y o *millennials*- nacidos en los 80 ó 90),
- **seguimos poniendo nuestra patria en el continente físico mientras las nuevas generaciones (Generación Z) la ponen (viven más allí que aquí) en el virtual.**
- **Para las nuevas generaciones los mayores “apestamos a analógico”.**



Los desafíos de la cultura mediática

5.- La cultura del sexto continente

**Pero el Sexto Continente
no es *Alicia en el país de las maravillas*.**

Es un **continente dramático**. Sus mejores paisajes,

- como son el **acervo del conocimiento** (con todos sus límites)
- **los instrumentos de aprendizaje** (las aulas virtuales)
- **los aprovechan los que menos los necesitan**, los estudiantes del primer mundo,
- **mientras no están a disposición** (por falta de equipos informáticos, de conexión de red, etc...) **los estudiantes de los países “en vías de subdesarrollo”** (ejemplo del fenómeno de la “Brecha Digital”).

Sus peores paisajes están destruyendo a las nuevas generaciones (distorsión de la afectividad y la sexualidad, concursos de suicidio, reclutamiento de terroristas, etc...).



Los desafíos de la cultura mediática

5.- La cultura del sexto continente que inaugura un nuevo lenguaje

Ya decía Benedicto XVI en su mensaje con ocasión de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2011, que **“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”**:



Los desafíos de la cultura mediática



5.- La cultura del sexto continente qué inaugura un nuevo lenguaje

- **A este nuevo modo de aprender y de pensar, y por tanto también de comunicarnos,**
- **es a lo que llamamos lenguaje mediático.** Porque 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).

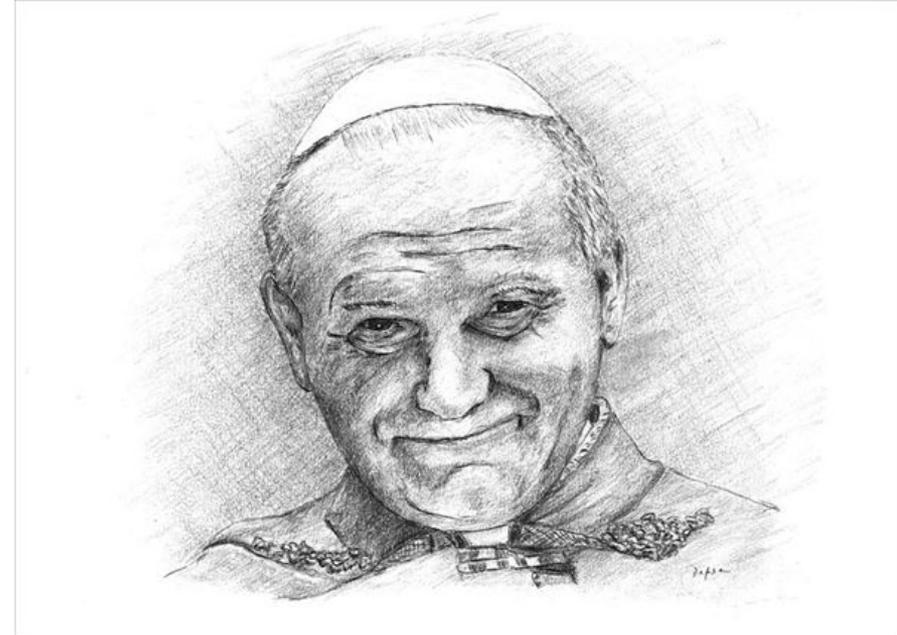


Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Nueva evangelización en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones**

Cuando San Juan Pablo II promovió la Nueva Evangelización sólo indicó que debía ser nueva en tres aspectos: en su ardor, en sus métodos, y en sus expresiones". Hubo innumerables lecturas de esta sencillísima frase, pero podemos considerar al menos tres sensaciones comunes:



JUAN PABLO II.

Discurso a los obispos reunidos en la Asamblea del CELAM
(Conferencia Episcopal Latinoamericana), en Port-Au-Prince
(Haití), el 9 de marzo de 1983.



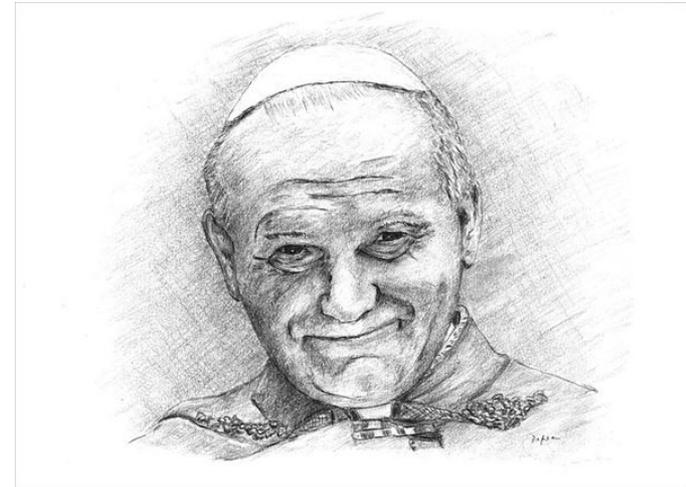
Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Nueva evangelización en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones: NUEVO ARDOR**

La necesidad de un nuevo ardor: Que el hombre moderno de finales del siglo XX podría estar de vuelta de una cosmovisión cristiana, pero más que nunca albergaba en el fondo de su corazón la ardiente **“nostalgia de absoluto”** que, según **George Steiner**, no ha conseguido sustituir por las tres filosofías de la muerte de Dios (Freud, Marx, Lévi-Stauss).

- El ardor” no es la primera palabra de un modo casual, sino **la primera en importancia.**
- Cuando hay “nuevo ardor” **surgen** nuevos métodos y nuevas expresiones.
- El ardor pone en juego la **doble fidelidad de la Evangelización:** al mensaje y al destinatario.



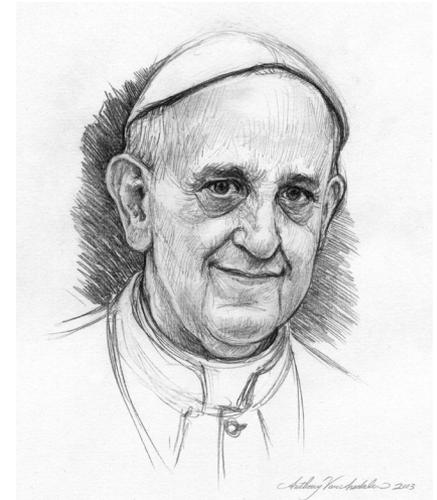
Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Nueva evangelización en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones: NUEVOS MÉTODOS**

La necesidad de nuevos métodos: Como explicaba el Beato Pablo VI en *Evangelii Nuntiandi* (nº 51), la evangelización “cuenta con una gama casi infinita de medios: la predicación explícita, por supuesto, pero también el arte, los intentos científicos, la investigación filosófica, el recurso legítimo a los sentimientos del corazón del hombre”, etc... Se trata de la necesidad caritativa de la creatividad”.

En un discurso a catequistas del Papa Francisco (27 septiembre 2013) dijo que “Dios es creativo, no está encerrado, y por eso nunca es rígido. Dios no es rígido. Nos acoge, sale a nuestro encuentro, nos comprende. Para ser fieles, para ser creativos, hay que saber cambiar. Saber cambiar. ¿Y para qué tengo que cambiar? Para adecuarme a las circunstancias en las que tengo que anunciar el Evangelio”.



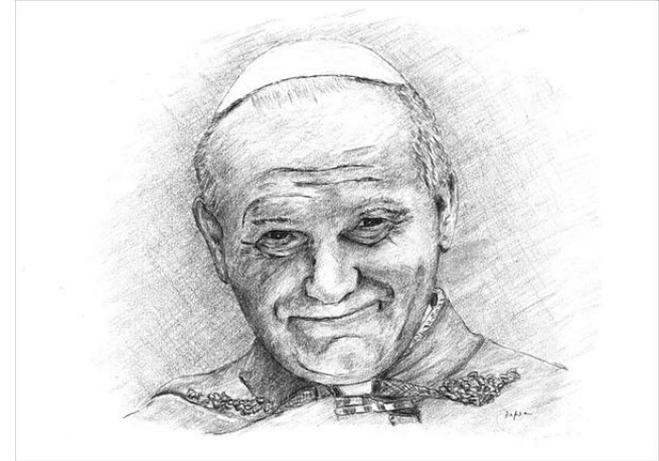
Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Nueva evangelización en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones: NUEVAS EXPRESIONES**

La necesidad de nuevas expresiones: forma parte esencial de la inculturación de la fe, porque los lenguajes cambian con los cambios culturales, y las nuevas expresiones sobrepasan los códigos lingüísticos cerrados. **Se identifican con cualquier forma emergente de comunicación,** a partir de los cambios:

- **estéticos** (de todas las artes)
- **instrumentales** (técnicos)
- **mediáticos** (configuraciones técnico-comunicativas)
- **lingüísticos** (nuevos códigos, nuevas sintaxis, nuevos conceptos, etc...)



Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje**

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**”.

Y que: **“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)”**.



Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje: criterios**

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 (**criterios, no recetas**):

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.



Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje: criterios**

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 pregonaba sobre los techos 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.



Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje: criterios**

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.**



Los desafíos de la cultura mediática

**Los desafíos
Evangelizar con el nuevo lenguaje
y con los nuevos medios
que configuran ese lenguaje: criterios**



4/ 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?



Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

- **Evangelizar con el nuevo lenguaje y con los nuevos medios que configuran ese lenguaje: criterios**

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).**

Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

- En la catequesis y en la pastoral educativa: criterios

1/ Más importante y previo a cualquier planteamiento instrumental, lo más importante tanto en la catequesis como en la pastoral educativa es tener en cuenta de las nuevas generaciones de catecúmenos, catequizandos y alumnos:

- **Su comprensión cultural de la realidad** (atomizada y relativista),
- **Sus gustos estéticos** (efímeros pero identitarios),
- **Su nuevo lenguaje** (léxico, visual, y audiovisual)

Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

- En la catequesis y en la pastoral educativa: criterios

2/ En cuanto al uso de los recursos audiovisuales tanto en la catequesis como en la escuela (diferenciando el contexto de ambos ámbitos, incluso con respecto a la educación religiosa escolar) conviene tener en cuenta estos criterios:

- **Uso limitado y combinado con los demás recursos catequéticos o educativos** (como ya decíamos en general antes del audiovisual en la evangelización)
- **Uso de recursos audiovisuales de calidad especialmente en los géneros del cine** (películas y/o videoclips), **y del documental** (difundiendo el valor educativo de ambos).
- **Aprendizaje** (sobre todo en el ámbito educativo) **de las herramientas profesionales básicas de la edición de video**, así como otras de producción radiofónica y de edición periodística.

Pregúntatelo todo

¿Cómo vivir la vida?

Las vidas de unas personas y otras no solo cambian por el lugar, el tiempo o las circunstancias, también por el modo de afrontarlas.

La vida es como un viaje en tren. De nada sirve querer adelantar o retrasar.

"Comprende" que todo lo que hizo Dios durará siempre: nada se puede añadir ni restar." dice el libro del Eclesiastés (3,15).

Teresa de Calcuta sabía muy bien lo que tenía que hacer en su vida: perdonaba, sonreía y seguía haciendo lo que tenía que hacer.

La película *Maktab* (2011), del director Paco Arango, es una comedia española que nos cuenta el encuentro entre un hombre estresado y angustiado y un chico de 15 años enfermo de cáncer, que le enseñará como hay que vivir la vida. "Maktab" significa "estaba escrito", porque este tipo de encuentros no son casuales.



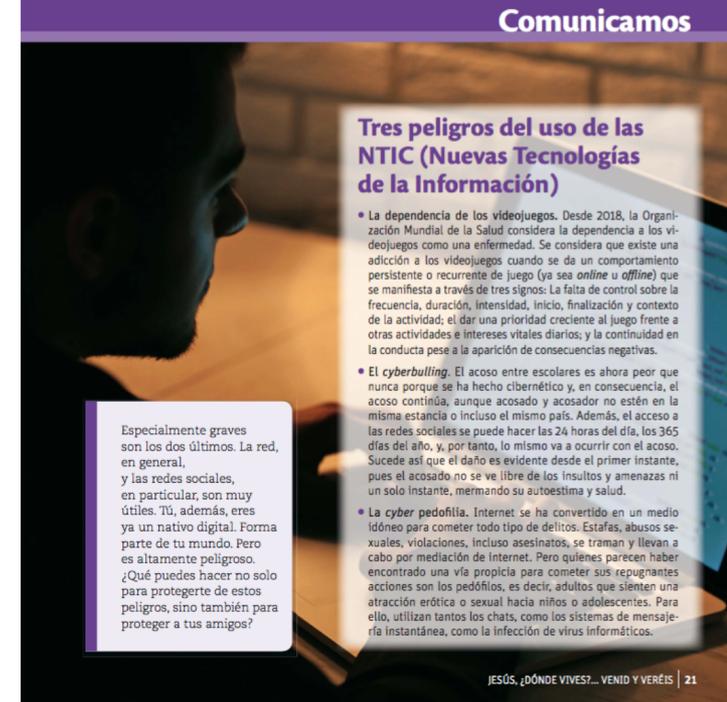
Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

En la catequesis y en la pastoral educativa: criterios

3/ Y por último, que dado que como decíamos el “sexto continente” no es Alicia en el País de las maravillas, la catequesis y la escuela son **ámbitos privilegiados para una educación en el uso de las NTIC, sobre todo de las redes sociales, como prevención al menos a tres peligros:**

- **1.- La dependencia de los videojuegos.** Desde 2018 la Organización Mundial de la Salud considera la dependencia a los video juegos como una enfermedad. Se considera que existe una adicción a los videojuegos cuando se da un comportamiento persistente o recurrente de juego -ya sea “online” u “offline”- que se manifiesta a través de tres signos: **La falta de control sobre la frecuencia, duración, intensidad, inicio, finalización y contexto de la actividad; el dar una prioridad creciente al juego frente a otras actividades e intereses vitales diarios; y la continuidad en la conducta pese a la aparición de consecuencias negativas.**

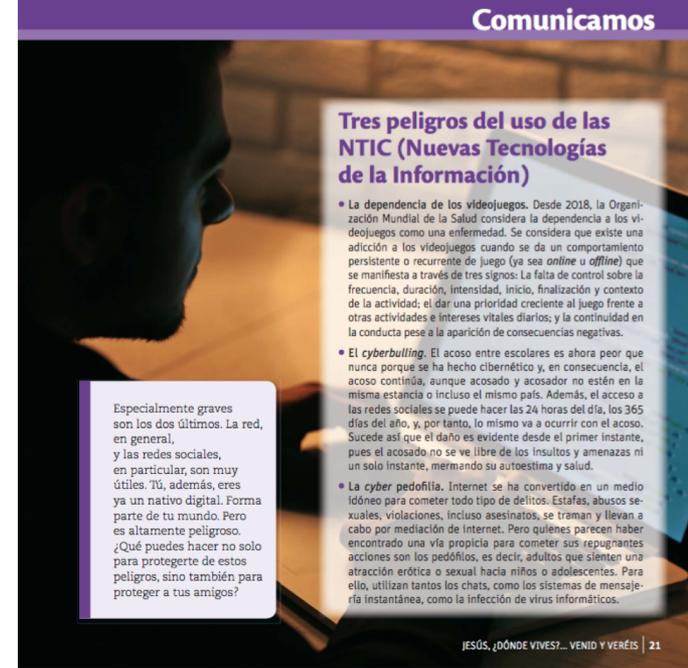


Los desafíos de la cultura mediática

Los desafíos

En la catequesis y en la pastoral educativa: criterios

- **2.- El ciber-bullying.** El acoso entre escolares es ahora peor que nunca porque se ha hecho cibernético y, en consecuencia, el acoso continúa aunque acosado y acosador no estén en la misma estancia o incluso el mismo país. Además el acceso a las Redes Sociales se puede hacer las 24 horas del día, los 365 días del año, y por tanto lo mismo va a ocurrir con el acoso. Sucede así que el daño es evidente desde el primer instante, pues el acosado no se ve libre de los insultos y amenazas ni un solo instante, mermando su autoestima y salud.
- **3.- La ciber-pedofilia:** Internet se ha convertido en un medio idóneo para cometer todo tipo de delitos. Estafas, abusos sexuales, violaciones, incluso asesinatos, se tramam y llevan a cabo por mediación de Internet. Pero quienes parecen haber encontrado una vía propicia para cometer sus repugnantes acciones son los pedófilos, es decir, adultos que sienten una atracción erótica o sexual hacia niños o adolescentes. Para ello utilizan tantos los chats, como los sistemas de mensajería instantánea, como la infección de virus informáticos.



Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

En la familia: seguimos las indicaciones de Benedicto XVI

1ª/ Visión positiva: “De esta nueva cultura de comunicación se derivan muchos beneficios:

- las familias pueden permanecer en contacto aunque sus miembros estén muy lejos unos de otros;
- los estudiantes e investigadores tienen acceso más fácil e inmediato a documentos, fuentes y descubrimientos científicos, y pueden así trabajar en equipo desde diversos lugares;
- además, la naturaleza interactiva de los nuevos medios facilita formas más dinámicas de aprendizaje y de comunicación que contribuyen al progreso social” (Mensaje JMCS 2009).

2ª/ Visión propositiva: “Como todo fruto del ingenio humano, las nuevas tecnologías de comunicación deben ponerse al servicio del bien integral de la persona y de la humanidad entera. **Si se usan con sabiduría, pueden contribuir a satisfacer el deseo de sentido, de verdad y de unidad que sigue siendo la aspiración más profunda del ser humano**” (Mensaje JMCS 2011).

Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

En la familia: seguimos las indicaciones de Benedicto XVI

3º/ *Estar atentos a los peligros (especialmente para los jóvenes) del “espacio digital”*: Cuanto más se participa en el espacio público digital, creado por las llamadas redes sociales, se establecen nuevas formas de relación interpersonal que inciden en la imagen que se tiene de uno mismo. Es inevitable que ello haga plantearse no sólo la pregunta sobre la calidad del propio actuar, sino también sobre la autenticidad del propio ser. **La presencia en estos espacios virtuales puede ser expresión de una búsqueda sincera de un encuentro personal con el otro, si se evitan ciertos riesgos, como buscar refugio en una especie de mundo paralelo, o una excesiva exposición al mundo virtual.** El anhelo de compartir, de establecer *amistades*, implica el desafío de ser auténticos, fieles a sí mismos, sin ceder a la ilusión de construir artificialmente el propio *perfil público*” (Mensaje JMCS 2011).

Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

En la familia: seguimos las indicaciones de Benedicto XVI

4ª Prever la tentación de sustituir la realidad por la virtualidad: “¿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”** (Mensaje JMCS 2011).

5ª Vigilancia respecto a los contenidos: Si las nuevas tecnologías deben servir para el bien de los individuos y de la sociedad, **quienes las usan deben evitar compartir palabras e imágenes degradantes para el ser humano, y excluir por tanto lo que alimenta el odio y la intolerancia, envilece la belleza y la intimidad de la sexualidad humana, o lo que explota a los débiles e indefensos** (Mensaje JMCS 2009).

Los desafíos de la cultura mediática



Los desafíos

En la familia: seguimos las indicaciones de Benedicto XVI

6º/ Educar desde la belleza: “La educación para los medios debería ser positiva. **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.** En este punto, es importante reconocer el valor fundamental del ejemplo de los padres (...) La belleza, que es como un espejo de lo divino, inspira y vivifica los corazones y mentes jóvenes, mientras que la fealdad y la tosquedad tienen un impacto deprimente en las actitudes y comportamientos” (Mensaje JMCS 2007).

7º/ Continua formación de los usuarios: “La formación en el uso responsable y crítico de los medios ayuda a las personas a utilizarlos de manera inteligente y apropiada. El profundo impacto que los medios electrónicos en particular ejercen al generar un nuevo vocabulario e imágenes, que introducen tan fácilmente en la sociedad, no habría de ser sobrevalorado. **Precisamente porque los medios contemporáneos configuran la cultura popular, ellos mismos deben sobreponerse a toda tentación de manipular, especialmente a los jóvenes, y por el contrario deben impulsarse en el deseo de formar y servir.** De este modo, ellos protegen en vez de erosionar el tejido de la sociedad civil, tan valioso para la persona humana” (Mensaje JMCS 2006).