

¿Ha fracasado la Nueva Evangelización?

*El desafío misionero de la acogida a cercanos,
alejados y lejanos de la fe cristiana*



BIENIO EVANGELIZACIÓN Y CATEQUESIS

ASIGNATURA:
**MISIÓN CON LOS ALEJADOS.
LOS NUEVOS AREÓPAGOS**

SESION 13:
**ALGUNOS DESAFÍOS
DE LA NUEVA EVANGELIZACIÓN**

Capítulo V: ¿Cuáles son los actuales desafíos de la Nueva Evangelización?

¿Discípulos y misioneros, o discípulos-misioneros?

¿Nuevas cristiandades, o comunidades creativas?

¿Evangelizar sólo “en”, o también “desde” las periferias?

¿Primer anuncio, o primer impacto?

¿Familia, escuela, parroquia, movimiento...? ¿juntas, separadas o revueltas?

¿Catequesis sacramental, o catequesis de iniciación cristiana?

¿Del credo a la Palabra, o de la Palabra al credo?

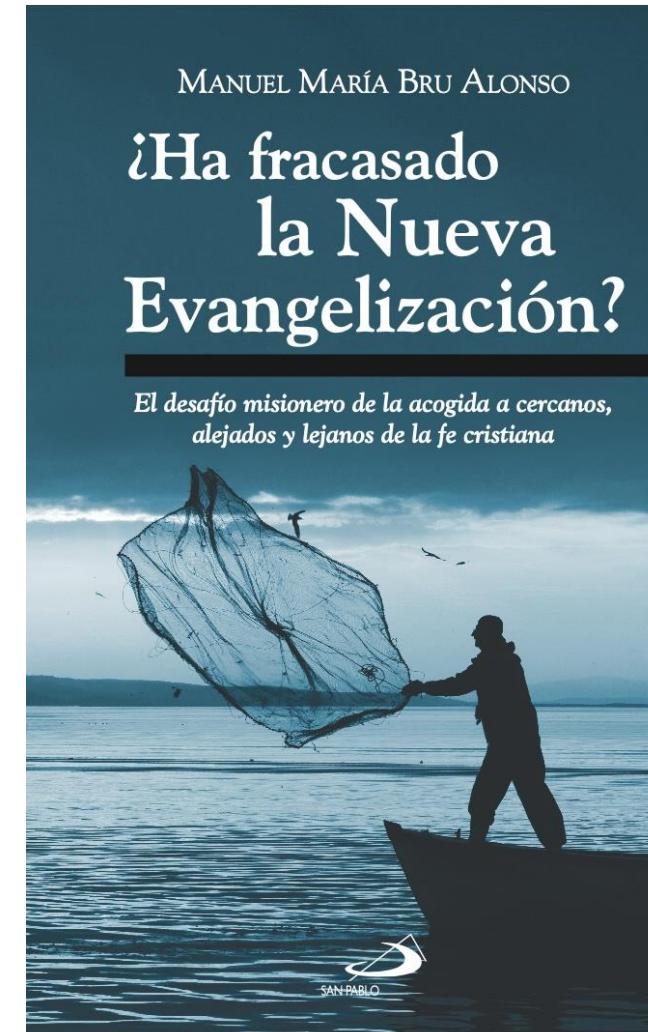
¿Repensamos lo de las nuevas expresiones y el nuevo lenguaje?

¿Aprendemos y aprovechamos la pedagogía narrativa de la fe?

¿Aprendemos y aprovechamos los nuevos lenguajes de la cultura mediática?

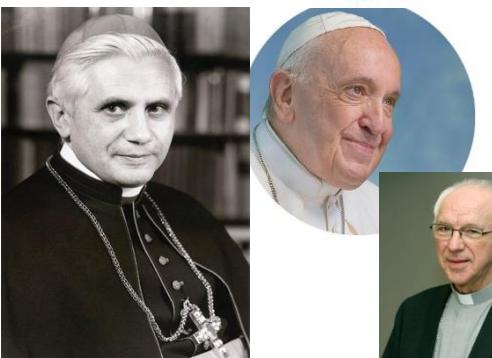
¿Puede la información religiosa ser evangelizadora?

¿Mensajes directivos, y discursivos o mensajes provocativos y testimoniales?



¿Nuevas cristiandades o comunidades creativas?

- ¿Comunidades creativas? Ya como cardenal, Joseph Ratzinger articuló esta expresión para definir la Iglesia del futuro, una Iglesia formada por “comunidades creativas”. Para muchos resultó escandaloso. Incluso algunos lo interpretaron como una señal de alarma profundamente pesimista ante el avance de la secularización, cuando lo cierto es que siempre se refirió a ello como una providencial oportunidad para la Iglesia, la de renacer de entre las cenizas de la profunda crisis tanto de la cultura occidental tradicional como de la modernidad, con nuevo rostro y nuevo impuso misionero. Se trata de esas minorías formadas por las comunidades cristianas de base, en las parroquias, en los grupos carismáticos, en diversas instituciones, en los movimientos eclesiales, en los ámbitos de presencia social de los cristianos...
- Ni San Juan XXIII, ni San Pablo VI, ni el beato Juan Pablo I, ni San Juan Pablo II, ni Benedicto XVI, ni el Papa Francisco, mostraron jamás ni el más mínimo atisbo de nostalgia por los tiempos de “cristiandad”. No sólo porque estos estuvieron en gran medida ligados al poder temporal de la Iglesia (ya sea en Roma con los Estados Pontificios, ya sean las iglesias locales con los Estados confesionales), sino porque a lo largo de la historia siempre estos escenarios socio-culturales han sido artificiales, y no se han fraguado a partir de verdaderos encuentros y conversiones personales y libres de la mayoría de los miembros de su población, social y políticamente más considerados súbditos que ciudadanos de dichas sociedades.



Recuerda el cardenal De Kesel una afirmación del Papa Francisco en su viaje apostólico a Marruecos: "el problema no es ser pocos, sino ser insignificantes, convertirse en una sal que ya no tiene sabor de Evangelio -este es el problema-, o en una luz que ya no ilumina (cf. Mt. 5,13-15). Creo que la preocupación surge cuando a nosotros, cristianos, nos abruma pensar que solo podemos ser significativos si somos la masa y si ocupamos todos los espacios. Vosotros sabéis bien que la vida se juega en la capacidad que tengamos de ser fermento allí donde nos encontremos y con quien nos encontremos, aunque eso aparentemente no nos aporte beneficios tangibles e inmediatos".

¿Primer anuncio, o primer impacto?

- El primer anuncio: “es el primero en un sentido cualitativo, porque es el anuncio **principal**, ese que siempre hay que volver a escuchar de diversas maneras y ese que siempre hay que volver a anunciar de una forma o de otra a lo largo de la catequesis, en todas sus etapas y momento” (EG, 164).
- Hay que tener una mirada prudente con respecto a algunas propuestas de moda, traídas de EEUU (bajo nombres bíblicos (Emaús, Éfeta, Bartimeo, Life Teen, etc..), que, en rigor, no son de primer anuncio sino más bien de “primer impacto”:

1º Porque van más dirigidos a los alejados que a los lejanos.

2º Porque se trata de experiencias de evangelización de impacto temporal (normalmente un fin de semana), en las que se incluye la recepción de los sacramentos (de la Reconciliación y de la Eucaristía), por lo que, por definición, no son de primer anuncio estrictamente hablando.

3º Porque aún han de pasar por un proceso de vigilancia y eventual corrección por parte de la Iglesia. Funcionan a modo de franquicias, eluden la vinculación canónica, y tienen peligro de caer en la persuasión coercitiva.



SESION 13: ALGUNOS DESAFÍOS DE LA NUEVA EVANGELIZACIÓN

¿Primer anuncio, o primer impacto?

- En esta misma línea, se advierte también como cada vez se extienden más este tipo de iniciativas religiosas “turísticas”, al tiempo supuestamente espirituales y supuestamente evangelizadoras, que de algún modo, como explica Tote Barrera, reactualizan a los “giróvagos” (monjes que iban de monasterio en monasterio huyendo de la vida monacal estable con la excusa de buscar lugares espirituales como quien va de flor en flor), y a los “sarabaítas” (siempre a la última en milagros, sanaciones y manifestaciones extraordinarias) del siglo X que a San Benito tanto le preocupaban. Porque ambas tipologías a la postre están a la búsqueda del “último subidón espiritual”.
- El jesuita José Luis Olaizola distingue aquí entre las “lágrimas efímeras” y las “lágrimas con huella”, porque la emoción religiosa verdadera debe llevar a algún tipo de conversión, nace de mirar afuera, a Dios, o de escuchar su palabra, o de comprender su amor o de sentir pasión por este mundo complejo. No la provoca un yo enamorado de su propio sentimiento, sino un Tú que sorprende, descoloca y seduce. No es puro sentimiento, implica después reflexión, concreción, contenido. Y no busca la exhibición en redes y likes, sino que tiene el punto discreto de aquello que sentimos verdaderamente íntimo.



¿Repensamos lo de las nuevas expresiones y el nuevo lenguaje?

- El cristiano no debería intentar, al menos en primera instancia, que el otro entienda y comprenda su fe. Debería, simplemente, darse. Y al darse a sí mismo, compartir (que es dar sin dejar de tener lo que se da) lo más precioso que tiene: su fe. Claro que intentará hacerlo del modo más compresible posible, pero sin pretensiones. Y antes de intentar que el otro lo entienda, e incluso que entienda su fe, lo que intentará es entenderla él mismo, explicarse a sí mismo (y luego compartirlo sin temor), ese don que ninguna palabra termina de explicar.
- Y en esta situación, surge la palabra humana que evoca la Palabra con mayúscula en su inabarcable misterio, que trasciende mi lenguaje y el lenguaje del otro. Entonces habla Él, la Palabra hecha carne. Él es la “única evangelización”, el “único evangelizador”, y el único lenguaje sobre Dios y sobre el hombre. También habla el evangelizador, y habla también su interlocutor. Hablan los dos. Lo acogen en el silencio y lo comparten, con un código binario elemental, porque la condición para que este lenguaje se haga comunicación es que ese amor que lo define sea tan purificador que “des-interesa” al evangelizador y “des-posiciona” al evangelizado.
- Por eso deberíamos saludar un cambio de paradigma a la hora de abordar la palabra revelada. Como explica Salvatore Curró, esta palabra supone una larga lista de cambios de prioridad expresiva: “la primacía del decir *al otro* sobre el decir *sobre el otro*, del decir *amando* sobre el decir *amor*, del decir *respondiendo* sobre el decir *la respuesta* (...) Del decir *en verdad* al decir *la verdad*, del decir *permitiendo a Dios decirse* sobre el decir *a Dios*”.



SESION 13: ALGUNOS DESAFÍOS DE LA NUEVA EVANGELIZACIÓN

¿Repensamos lo de las nuevas expresiones y el nuevo lenguaje?

- Cuando nos encontramos ante el lenguaje de la Palabra de Dios podemos buscar inmediatamente un significado cognitivo cuando no sólo moralizante. No es que la Palabra no provoque al entendimiento y al comportamiento, pero no es esto lo primero que enseña. Lo primero que enseña es un encuentro, una vida, no un significado. Si nos fijamos en el mismo nombre de Jesús (“Dios salva”), vemos, como nos dice Ignace Verhack, que “afecta a todas las dimensiones de nuestra humanidad; a nuestra debilidad (nuestros fracasos y errores, y especialmente al hecho de no ser capaces de todo y de siempre).
- No se trata sólo de algo que ocurrió hace dos mil años. Es una realidad que quiere acercarse a nosotros en la actualidad”. Todo el Evangelio nos sitúa ante esta prioridad. Ni los primeros discípulos le piden explicación al Maestro de lo que dice y hace, sino que le preguntan “¿Dónde vives?”, ni Jesús les dice “venid y os explicaré”, sino “venid y veréis” (Cf. Jn 1, 35-42). Tampoco Jesús da una lección sobre el tratado “Dios uno y trino”. Y eso que él es el único que nos lo podría explicar con suficiente rigor. Pero en cambio, nos reveló el misterio trinitario de Dios mostrándonos su singularísima intimidad con el Padre. Nos lo reveló sin revelarlo, siendo, no diciendo, siendo él, ni diciéndose a él.



¿Aprendemos y aprovechamos la pedagogía narrativa de la fe?

- Los misioneros que en el siglo XVI fueron a Oriente aprendieron las lenguas de los nativos de aquellos pueblos, no tanto y no sólo como lenguas “traducibles” a la lengua de los misioneros, sino como vehículos para entrar en sus culturas. ¿Y los misioneros del siglo XXI? Están llamados a adentrarse en los lenguajes del hombre de hoy, sobre todo el de las nuevas generaciones, que son sobre todo de modo global los lenguajes de la cultura mediática.
- Empecemos por hablar de lenguaje del relato, como una de las características principales del lenguaje mediático (de vuelta de los maga-relatos ideológicos del siglo XX, se escuchan más los micro-relatos que los macro-relatos), pero a la vez una de las características principales del lenguaje de la Evangelización de siempre.
- La pedagogía de la narración, por otra parte, constituye la forma más susceptible de fidelidad a la experiencia religiosa desde la palabra leída o escuchada. El relato religioso tiene siempre un componente simbólico, ya sea histórico (describe el acontecimiento asombroso), o parabólico (narración sapiencial que puede incorporar otros recursos como la metáfora o extravagancia de doble sentido y la hipérbole o exageración retórica). Siempre es alegórico porque siempre rompe las barreras del espacio y del tiempo, universalizando su contexto, diciendo algo más allá del presente narrado, indagando el sentido de su pasado y de su futuro, y, sobre todo, implicándose en cada momento en la historia concreta de las personas y de los pueblos.



¿Aprendemos y aprovechamos la pedagogía narrativa de la fe?

- Como explica Paul Ricoeur, sólo este lenguaje le permite al ser humano reconocer la continuidad en la discontinuidad de su propia identidad: “Conocerse consiste en interpretarse a uno mismo a partir del régimen del relato histórico y del relato de ficción”. Porque en el relato se produce una sintonía entre la verdad que se comunica y la verdad que uno ya reconoce, que siempre es una verdad quebrada, en camino.
- No se trata de un relato lineal, en el que todo lo que sucede es esperado, tristemente previsible, o, peor aún, no pasa nada. En el relato, los personajes no carecen de discordancias, es decir, no llevan una vida de *continuum* concordante. Más bien es todo lo contrario: aparecen acontecimientos inesperados que en lo personal denomino puntos de quiebre, que le dotan al relato de un acontecimiento imprevisto que viene a quebrar o romper con la linealidad monótona del relato predecible.
- Justamente son esos puntos de quiebre los que captan la atención y terminan por atrapar el interés del lector, quien se identifica, se reconoce, se recrea, en él o en los hechos que han venido a alterar la *quietud* del personaje”.



¿Aprendemos y aprovechamos los nuevos lenguajes de la cultura mediática?

- Debemos enmarcar este aprovechamiento en el vasto ámbito de la evangelización de la cultura y de la evangelización a través de la cultura, y de todas las modalidades artísticas (arquitectura, escultura, pintura, literatura, teatro, fotografía, cine, y producción audiovisual, etc..)
- Consideramos clarificador distinguir en este sentido entre leguaje mediático digital y lenguaje mediático audiovisual. Evidentemente se entrecruzan, porque el recurso audiovisual ya prácticamente sólo se utiliza a través de soportes digitales, y porque estos, en gran medida, no tendrían mucho recorrido sino incorporasen los recursos audiovisuales. Ambos confluyen, decía Benedicto XVI, en “un nuevo modo de aprender y de pensar, así como nuevas oportunidades para establecer relaciones”. Pero, aun así, podemos hablar de dos lenguajes, interdependientes, pero diferentes.
- Pero la clave principal de estos nuevos espacios comunicativos, nueva cultura, y nueva oportunidad para la misión, consiste en que “la verdadera cuestión no es cómo utilizar las nuevas tecnologías para evangelizar, sino cómo convertirse en una presencia evangelizadora en el continente digital” (DC,371). Esto supone que del lenguaje digital no tenemos sólo que aprovechar, discretamente, su exposición en los recursos digitales, sino captar sus peculiares códigos lingüísticos, como son el de la comunicación narrativa (que ya abordamos anteriormente), o el de la preponderancia de la imagen, el simbolismo, o la interacción de los sentidos (sinestesia). Entre otras cosas revalorizando el lenguaje de la liturgia, con toda su riqueza de códigos comunicativos, o el lenguaje del arte sagrado.



¿Aprendemos y aprovechamos los nuevos lenguajes de la cultura mediática?

- El lenguaje audiovisual es especialmente inmediato, conciso, simple, y provocativo. También especialmente vulnerable a una doble manipulación (en el sentido no peyorativo, sino técnico del término): emotiva y evocativa (recorriendo seis códigos lingüísticos a la vez: luz, color, ritmo, palabra, música, enfoque), y cognitiva (primacía de la percepción a la atención y la comprensión).
- 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 audiovisual sirva para evangelizar, y menos para suscitar la inquietud y el asombro religiosos.
- Nos equivocaríamos. Los géneros propios del testimonio (sobre todo el relato y la semblanza), son especialmente adecuados a los diversos formatos del lenguaje mediático; pero, sobre todo, son especialmente adecuados para el formato audiovisual (no tanto para su transmisión televisiva,), sino para su transmisión a través de la Red.



Manuel María Bru

Evangelizar en la cultura mediática

En clave de diálogo y oportunidad

sal y luz
EDITORIAL CCS

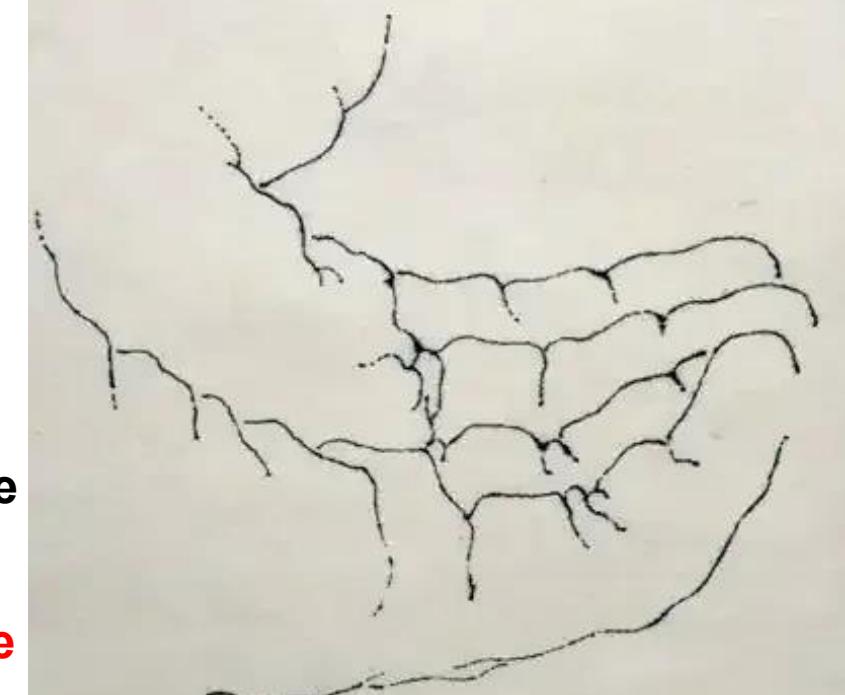
¿Mensajes directivos y discursivos o mensajes provocativos y testimoniales?

- **Los desafíos de la Nueva Evangelización, como desafíos siempre de inculcación de la fe, nos llevan también a dos dialécticas interesantes, en las que nos jugamos no solo el cómo sino sobre todo el qué de la evangelización hoy: Por un lado, nos encontramos con la dialéctica entre la directividad y la provocación en la comunicación de la fe. Y, por otro lado, nos encontramos con la dialéctica entre dos tipos de mensajes, los discursivos y los testimoniales.**
- **En cuanto a la dialéctica entre mensajes directivos y mensajes provocativos** parece claro qué, aunque no hay sido el modo preponderante durante siglos de la evangelización, esta ha sido lo menos directiva posible. La renovación de la enseñanza religiosa, de la catequesis, y de la pastoral, pasa por el cambio que se da entre una comunicación entre un “docente” que explica, y un “discente” que entiende y aprende; **y una comunicación en la que el “testigo de la fe” provoca las cuestiones más vitales mientras que su interlocutor permite que se despierten en él inquietudes hasta ahora latentes.**

JAVIER M.ª PRADES LÓPEZ

DAR TESTIMONIO

LA PRESENCIA DE LOS CRISTIANOS
EN LA SOCIEDAD PLURAL



ESTUDIOS Y ENSAYOS
— BAC —
TEOLOGÍA

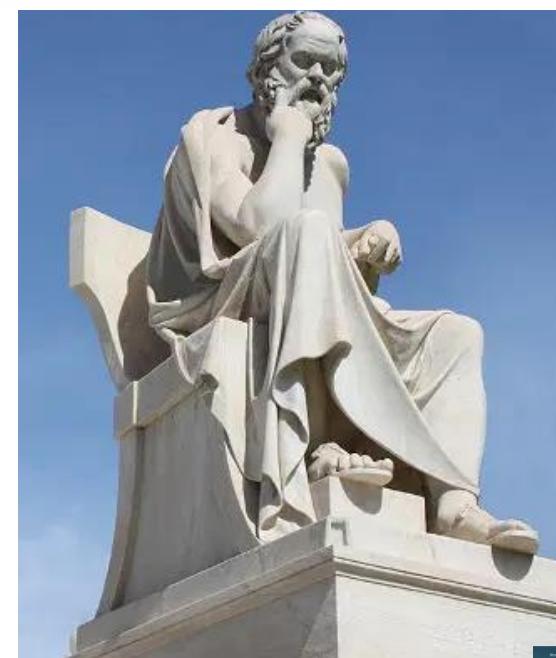
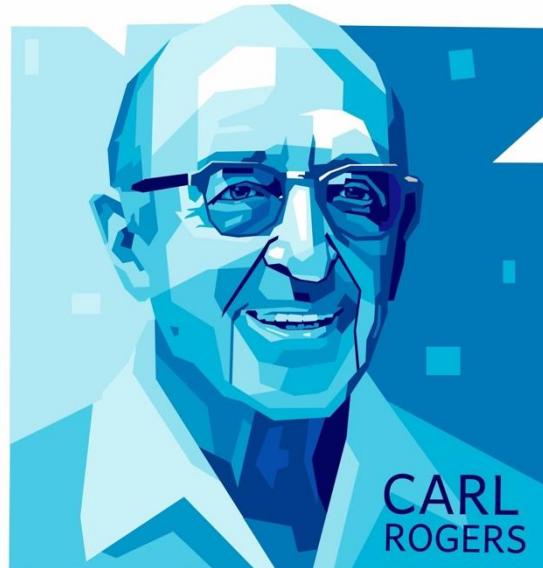
¿Mensajes directivos y discursivos o mensajes provocativos y testimoniales?

➤ Se trata de una clara opción pedagógica por un estilo “facilitador”, o “no directivo” (Carlo Rogers), o socrático, en el acompañamiento personal y grupal.

- *En el estilo directivo, la persona dice lo que tiene que hacer el otro, se le impone desde fuera, como experto, en función de su rol. Lleva a la persona por una determinada dirección. Se utilizan consejos, la persuasión, las soluciones concretas, la corrección, pero podría dar lugar a la manipulación, en chantaje, el juicio moralizante.*
- *En el estilo facilitador, el acompañante recurre a las capacidades del acompañado, a sus recursos, a su responsabilidad, a que busque alternativas. Será sobre todo escuchado, el objetivo es que sea responsable de su crecimiento”.*

➤ El estilo directivo suele ir acompañado de la imposición de las ideas de la fe y de la moral como indiscutibles, basándose en que el interlocutor viene a ser instruido en una fe, y en una manera de entender la vida, porque ya él o sus padres han aceptado de ante mano, y sin ninguna duda, esos presupuestos.

➤ Mientras que del estilo facilitador deviene un modo de compartir la fe que escucha, que no da nada por hecho, ni asumido, ni vivido por el interlocutor, sino que a partir de su realidad personal se le ofrecen pistas que le sirvan para ponerse en actitud de búsqueda, y se le ofrecen respuestas solo a las preguntas que explícita o implícitamente se haga.



MANUEL MARÍA BRU ALONSO

¿Ha fracasado la Nueva Evangelización?

*El desafío misionero de la acogida a cercanos,
alejados y lejanos de la fe cristiana*

Gracias

SAN PABLO

