

“La comunicación global, reto para la nueva evangelización”

Siempre pienso que la problemática generada por el mundo de la comunicación social, se resuelve en última instancia “fuera” de ese ámbito. A fin de cuentas los medios son instrumentos, y aunque generan y moldean un tipo de cultura, también son tributarios de una cultura y una sociedad que son previas. Por eso digo: la nueva evangelización tiene que contar con el dato irrefutable de la comunicación global y todas sus implicaciones; pero su raíz y su método no nacen de ese dato.

Por eso quiero comenzar con esta cita extraída de la homilía que pronunció el Papa en Oporto el 14 de mayo de 2010:

Debemos vencer la tentación de limitarnos a lo que ya tenemos, o creemos tener, como propio y seguro: sería una muerte anunciada, por lo que se refiere a la presencia de la Iglesia en el mundo, que por otra parte, no puede dejar de ser misionera por el dinamismo difusivo del Espíritu. Desde sus orígenes, el pueblo cristiano ha percibido claramente la importancia de comunicar la Buena Noticia de Jesús a cuantos todavía no lo conocen. En estos últimos años, ha cambiado el panorama antropológico, cultural, social y religioso de la humanidad... El campo de la misión ad gentes se presenta hoy notablemente dilatado y no definible solamente en base a consideraciones geográficas; efectivamente, nos esperan no solamente los pueblos no cristianos y las tierras lejanas, sino también los ámbitos socio-culturales y sobre todo los corazones que son los verdaderos destinatarios de la acción misionera del Pueblo de Dios.

El Papa habla de los ámbitos socio-culturales que esperan este nuevo anuncio del Evangelio, y habla de los corazones de cada hombre y mujer, verdaderos destinatarios de la acción misionera de la Iglesia. Ahora bien, es cierto que tanto esos ámbitos, como cada persona individual, se ven hoy fuertemente plasmados por el fenómeno de la comunicación global (para bien y para mal) y ese es un hecho del que no podemos prescindir.

Veamos algunos rasgos dominantes de la cultura determinada por la comunicación global.

Individualismo y disgregación.

Atravesamos un momento de intensa ruptura de vínculos, tanto con el pasado (Tradición) como en el presente (debilidad de la pertenencia a las comunidades naturales: familia, pueblo, escuela, comunidades religiosas...). El hombre se contempla como “mero experimento de sí

mismo”, y esto anula la idea misma de educación, de *traditio*. El resultado es que la persona se reduce cada vez más a “individuo” aislado que se sitúa en un contexto de cambios acelerados sobre los que no acierta a tener un juicio claro. Su conexión con un cierto patrimonio común, con una idea compartida del mundo, se la ofrece entonces la comunicación global. Y no dispone de elementos de criba, de discernimiento. El hombre supuestamente autónomo, en su burbuja, se vuelve mucho más vulnerable al impacto de unos mensajes/imágenes masivos, que se gestan en un ámbito absolutamente inasequible para el receptor.

La sustitución educativa.

Todo esto sucede no sólo ni principalmente por la potencia de los MCS (tecnología, redes, etc...) sino por la incapacidad educativa de los lugares a los que (poco o mucho) siguen ligadas las personas. Ni la familia, ni la escuela, ni las comunidades sociales, incluidas las religiosas, tienen hoy, en general una relevancia educativa clara: este es el drama. Y en este contexto de debilidad, los medios asumen un papel educativo totalmente abusivo, que no les corresponde. Si a ello añadimos una creciente tentación moralizante o de diseño social, que alimentan los poderes mediáticos, tenemos el cóctel perfecto: ciudadano anónimo y desvinculado, que navega sin rumbo en el océano de una comunicación global en la que hay de todo, pero cuyos vectores son los del pensamiento dominante.

Irreligiosidad y aversión a la Tradición cristiana

Uno de esos vectores, en el actual momento histórico de occidente marcado por el nihilismo post-ideológico, es la irreligiosidad. Me refiero a la censura (explícita o tácita) de la apertura religiosa estructural del hombre. Esta censura tiene diversos tipos: el silencio sobre las preguntas fundamentales, la burla y la caricatura de las expresiones religiosas, y el combate explícito contra las Iglesias y comunidades religiosas. En los últimos años ha sido clamorosa esta tendencia en medios tan prestigiosos como el NYT, la BBC, El País, etc... Pero no sólo, la galaxia televisiva es tremendamente eficaz en esta línea, a través de lo que llamaría un “costumbrismo anticristiano” (Tele5, Antena3, La Sexta)

En algunos casos, y es preciso ser conscientes, esta aversión se nutre de prejuicios e ignorancia, porque ya no existe una familiaridad con la realidad social viva de las comunidades cristianas. En otros el ataque responde a un claro diseño ideológico, en la medida en que la Iglesia (especialmente la Iglesia Católica) representa el único obstáculo a la implantación total de determinados experimentos sociales (véase todo lo relativo a la ideología de género y al homosexualismo político)

Pero a pesar de todo: la búsqueda de la felicidad y la libertad

Sin embargo sería un error pensar que el entramado de la comunicación global, con sus diversos estratos, es algo monolítico y sin fisuras. Esos vectores que hemos señalado no pueden anular ni ocultar la presencia latente de la exigencia de significado, de la nostalgia de la belleza y de la comunión, aun cuando se desconoce cómo y dónde podrían encontrarse. Atender a esta presencia, detectar sus expresiones y salir a su encuentro será uno de los mayores desafíos para la nueva evangelización.

Esta búsqueda (muchas veces implícita) se manifiesta en esta época más en el binomio libertad-felicidad que en el binomio verdad-justicia, que pudo determinar las preocupaciones del ciclo de los años sesenta-setenta del siglo XX. Lo interesante es advertir cómo la propuesta cristiana es particularmente relevante para conectar con esa sensibilidad, con ese deseo de libertad y felicidad, típico de lo que podemos llamar el hombre postmoderno.

Esto último nos permite abordar el siguiente paso: en este entramado de la comunicación global, **¿tiene alguna posibilidad el cristianismo?**

Por si alguno tiene dudas de mi respuesta me apresuro a decir que sí. Veamos de qué se trata. A esta misma pregunta responde Joseph Ratzinger (sin referirse a la cuestión de los Medios) que sí, porque el contenido de la fe corresponde a la espera del corazón de todo hombre: “en el hombre vive inextinguiblemente el anhelo e los Infinito, y ninguna de las respuestas que han intentado darse resulta suficiente; tan solo el Dios que se ha hecho finito para conducirnos a la amplitud de su infinitud, responde a la pregunta de nuestro ser. Por eso el cristianismo volverá a encontrar al hombre”.

Esa es nuestra única fuerza: que el contenido de la fe es verdadero, que cuando la propuesta cristiana es liberada de todo lo que ejerce presión sobre ella... y se vuelve a proponer en su simplicidad joven, como un encuentro con una humanidad hecha plena por Cristo, entonces no deja a nadie indiferente.

Ahora pretendo mostrar de qué modo se puede hacer presente esa propuesta (de eso se trata en la nueva evangelización) en este complejo mundo marcado por la comunicación global.

Persona-comunidad-MCS

Como ya he dicho, un problema vital que nos plantea el fenómeno de la comunicación global es el de la relación persona-comunidad. Si no hay un vínculo vital (educativo) con una comunidad, no es posible que la persona se haga protagonista frente al impacto de la comunicación.

Esto tiene consecuencias evidentes en el campo de la evangelización. Paradójicamente, para que esta comunicación se torne amigable, útil para la

transmisión de la verdad del Evangelio, es preciso fortalecer nuestras comunidades, hacer que sean verdaderos ámbitos de experiencia humana, de educación en la fe y de verificación de la conveniencia humana de la fe. En ese entorno se puede discernir el contenido de los mensajes, someterlo a crítica, valorar lo que nos ofrecen como pista para encontrar al hombre de hoy. Entonces la gente ya no es un átomo anónimo en medio del océano mediático, sino alguien que tiene referencias, que no está solo, que no tiene miedo, no se amolda a la opinión dominante ni tampoco se pone sistemáticamente a la defensiva.

Fisonomía de una nueva presencia en los MCS

Escucha y acogida del drama humano

A la hora de valorar y discernir el contenido de los medios, y también de intervenir en ellos, es esencial poner en el centro las preguntas y los deseos del hombre, su necesidad de sentido dentro de cada una de sus relaciones y vivencias; esto debería ser objeto primordial de cualquier comunicación verdadera; como dijo Juan Pablo II se trata de “acompañar con lealtad a los hombres, en la búsqueda del sentido pleno de su vida, que es siempre una búsqueda de Dios”.

Una parte esencial de esta relación con los Medios consiste en favorecer que aparezcan las preguntas radicales del hombre (¡que no son un lujo para intelectuales!), y que aparezcan también las respuestas que cada camino humano intenta dar a esas preguntas. Rescatar lo humano que se está perdiendo, porque el verdadero drama de nuestra cultura es que el hombre ya no sabe quién es, ni para qué vive, ha perdido el gusto de vivir, y como decía Teilhard de Chardín, eso es más peligroso para la humanidad que las explosiones atómicas.

Seamos conscientes, como decía también el beato Juan Pablo II de que “a veces las fuerzas que podrían conducir a una mejor comunicación, pueden llevar también a un mayor egocentrismo y una mayor alienación”. Es una frase certera como pocas.

Discernimiento cristiano de la realidad: la fe genera una cultura que entra en el tejido de la comunicación global

Una respuesta adecuada implica generar un nuevo discurso público, en el que se manifieste que la inteligencia de la fe se traduce en una inteligencia más amplia y profunda de la realidad. No podemos contentarnos con la denuncia de los males de la época o con una apologética cuyos términos ya no son comprensibles para una amplia franja social. Es preciso mostrar la relevancia de la fe para afrontar los problemas del hombre de hoy, estando en medio del debate “con simpatía y sin complejos”. Y esto habrá que

hacerlo aprovechando los medios propios y buscando espacio en los que no lo son, y en donde habremos de ganarnos ese espacio por el “interés” y la calidad de nuestra presencia. Y aquí se abre todo un desafío, romper diques y trincheras, abrir relaciones, no dar nada por supuesto, abandonar tanto la prepotencia como los complejos.

Esto significa también el sacrificio de formular el mensaje que queremos transmitir según la forma que los medios imponen; adaptar la forma no significa reducir ni trivializar el contenido del mensaje. Es perfectamente posible llevar a cabo esta adaptación en términos de tiempo de respuesta, agenda informativa, formato, capacidad técnica, etc..., sin menoscabo de lo que pretendemos comunicar.

Prioridad del testimonio

El testimonio es la forma adecuada de comunicar la novedad cristiana en el contexto de una aguda secularización. Esto vale también para lo que se refiere a la presencia cristiana en la galaxia mediática. Pero entendámonos, “testimonio” no significa moralización o mero buen ejemplo, significa “narrar la propia identidad, su origen y sus razones, en diálogo con los que son diferentes” (Cardenal A. Scola). Tenemos que acostumbrarnos a este ejercicio, como hace por ejemplo el Papa en sus diálogos con los periodistas.

La belleza y la caridad, como las grandes apologías de la fe cristiana.

Benedicto XVI ha dicho en más de una ocasión que la belleza (Sagrada Familia de Gaudí) y la caridad, son la mejor “demostración” de la verdad de la fe. Son dos aspectos de gran proyección en el universo mediático, y por tanto constituyen una inmejorable posibilidad de comunicar el cristianismo. Siempre a condición de que se haga el recorrido completo, desde el hecho que impacta (la obra bella, la bondad en acto) hasta su origen: una humanidad cambiada por el encuentro con Cristo y educada en el camino de la Iglesia.

Conclusión

La Iglesia no puede renunciar a estar presente en una situación cultural marcada por el fenómeno de la comunicación de masas. Renunciar a estar sería una falta de amor a Jesucristo redentor del hombre, y a la historia de salvación que El ha iniciado. Si tenemos deseo de ofrecer lo más valioso que tenemos, no podemos ignorar los rasgos que configuran al mundo que nos toca vivir. Hubo una época en la que los hombres eran mayoritariamente analfabetos, y la Iglesia inventó el arte románico como medio para comunicar su mensaje. Entonces, el pueblo se educaba

mediante la liturgia y el arte. La Iglesia no se puso a lamentar y a llorar por la dificultad de comunicar, sino que inventó un medio: pues bien, también nosotros debemos introducir hoy el contenido del mensaje y de la experiencia cristianos, en el contexto de la comunicación global.

Ahora bien, debemos afirmar dos polos que no se contradicen: por un lado, una implicación creativa, consciente y crítica en el proceso de la comunicación; por otro, evitar la tentación de cualquier idolatría de los medios, porque sería una vana ilusión pensar que porque tengamos buenos profesionales, buenos medios y recursos técnicos, ya está resuelto el problema de la Iglesia.

La vida cristiana puede ser entendida por las gentes que pueblan la moderna urbe secularizada, y puede ser adecuadamente reflejada a través de los medios, recordando siempre que nada puede sustituir al encuentro personal con Cristo presente en la comunidad de los cristianos. También en el areópago de los medios, la gente tiene derecho a encontrar la propuesta del Evangelio que la Iglesia ha custodiado desde hace dos mil años. Es cierto que muchas palabras cristianas no tienen significado real para mucha gente, porque se ha perdido el rastro de la experiencia humana que las llenaba de sentido. Nuestra tarea, como comunicadores, consiste en ponerlas en el contexto de la experiencia viva de los creyentes, para que puedan ser reconocibles por nuestros hermanos. Porque a pesar de todas las dificultades y asperezas del momento presente, el corazón de los hombres de hoy necesita y espera, como siempre, la salvación de Jesucristo.

José Luis Restán