

Los lenguajes de la cultura mediática y la catequesis.

III Asamblea de «Scala» (Sociedad de Catequetas Latinoamericanas)

VICENTE M.^a PEDROSA ARÉS*

1. INTRODUCCIÓN

Esta sociedad fue fundada en 1995 y equivale, en Latinoamérica, al «Equipo Europeo de Catequesis», en Europa. Su Asamblea constituyente se celebró en julio de 1997 y su presidente actual es el Padre Luiz Alves de Lima, salesiano de Brasil.

El Padre Luiz Alves y su Consejo directivo tuvieron la gentileza de invitarnos a su III Asamblea a Jacques Audinet (Francia) y a mí mismo como representantes de Europa y de nuestra AECA. La Sesión se celebró en San Miguel, Buenos Aires, Argentina, del 8 a 12 de julio del pasado año 2001.

En esta III Asamblea se abordó la cuestión de «Los lenguajes de la cultura mediática y la Catequesis». En realidad se retomó el mismo tema de la

* Responsable Diocesano de Comunidades. Bilbao

Asamblea II, celebrada en Costa Rica del 31 de enero al 3 de febrero de 2000. Animó la sesión Fabio Pasqualetti, salesiano, en continuidad con lo expuesto en Costa Rica por Adán Medrano y German Rey de EEUU. Estos no pudieron acudir a la Asamblea. F. Pasqualetti es profesor de la Universidad Salesiana de Roma, y especialista en Pastoral juvenil y en Cultura digital.

2. LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos fijados para esta Asamblea fueron:

- Avanzar en la reflexión sobre el fenómeno comunicativo respecto de la II Asamblea.
- Descubrir algunos tipos de relación y características de la cultura digital.
- Reconocer algunas de estas características de la cultura digital en referencia a nuestro quehacer catequético.
- Realizar algunas tareas prácticas que permitan el avance y la asimilación de respuestas catequéticas al fenómeno comunicativo.

3. LA PRESENTACIÓN DE LA ASAMBLEA

En ella el Padre Luiz Alves recordó el punto de partida de la Asamblea anterior, que servía también para ésta:

«Estamos ante un desafío para nuestra catequesis, tanto por la novedad, la complejidad e importancia del tema, como por la innovación metodológica que pretendemos utilizar en esta Asamblea. El tema no es propiamente catequético. Es algo que no está dentro de nuestras reflexiones, pensamientos, conversaciones y enseñanzas y actitudes entre nosotros. Por otra parte, no estamos muy versados en comunicación, ni somos especialistas en lenguajes mediáticos. Por tanto, hemos de salir de nuestros esquemas, dejar nuestras “guaridas” y adentrarnos

en lo desconocido de este nuevo mundo. De hecho, no se trata sólo del *lenguaje* de los medios de comunicación. Sobre éste sabemos muchas cosas. Pero, aquí y ahora, se nos pide un esfuerzo reflexivo sobre una *cultura* que está naciendo de este mundo de los antiguos medios de comunicación, cultura en la que todos estamos envueltos, pero que ni somos frecuentemente conscientes, ni mucho menos lo empleamos, la tenemos en cuenta a la hora de la comunicación del mensaje evangélico. En concreto, cuando tratamos el tema de la *inculturación*, lo hacemos a partir de muchos puntos de vista válidos y útiles, pero raramente la abordamos a partir de la cultura mediática. Aquí está para nosotros el desafío.»

4. METODOLOGÍA Y DINÁMICA DE LA ASAMBLEA

En cuanto a la *metodología*, se siguió una feliz combinación de la *inducción* y la *exposición*, con tiempo abundante para la reflexión de grupos y puestas en común concisas y con amplios debates; todo bajo la moderación del especialista Pasqualetti. También hubo dos comunicaciones de carácter teológico-catequético de Jacques Audinet (Francia) y Roberto Viola (Uruguay) respectivamente.

La *dinámica* de la Asamblea procedió según el ritmo siguiente:

- Reflexión en grupos sobre las afirmaciones, convicciones y esperanzas de la Asamblea anterior. Puesta en común y coloquio. Objetivos de la III Asamblea.
- Visita prolongada a un Cyber-Café o Cyber-House de la ciudad. Análisis de esta experiencia y puesta en común-coloquio.
- «Teología de la Belleza y cultura digital»: Reflexión de Jacques Audinet. Reacciones y preguntas.
- Características de la cultura digital. Un reto para la catequesis. Dos sesiones de Fabio Pasqualetti con lenguaje mediático y amplios coloquios.

- Tarde multimedial: Visita a diversas zonas del centro de Buenos Aires para observar y juzgar la situación comunicativa y multimedial que ofrece la ciudad a sus gentes. Pistas para observar. Puesta en común y diálogo sobre esta experiencia.
- «Caro, cardo salutis» (San Ireneo y Santos Padres): «La carne –la encarnación– es la clave de la salvación». Reflexión de Roberto Viola. Amplio coloquio y relación de esta teología con la cultura mediática.
- Elaboración de un mensaje cristiano a partir de unos textos bíblicos desde los presupuestos de la cultura digital: Grupos. Gran puesta en común de los trabajos de grupos y criteriología digital y catequética utilizada, más o menos adecuadamente, en los trabajos. Reflexiones-conclusiones.

Así pues:

1. dos visitas prolongadas a ámbitos de comunicación mediática y sus análisis respectivos;
2. una amplia ponencia sobre la cultura digital y sus retos para la catequesis más dos comunicaciones de carácter teológico; y
3. un trabajo práctico –con su autocrítica– de elaboración de mensajes cristianos desde la cultura digital,

resumen la feliz dinámica de esta Asamblea de SCALA.

5. ALGUNOS ASPECTOS INTERESANTES

I. ENTRE LAS CONVICCIONES Y ESPERANZAS NACIDAS DE LA ASAMBLEA ANTERIOR SOBRESALEN DOS AMPLIOS CONJUNTOS:

– Estamos convencidos de que:

- La cultura mediática es un hecho permanente e insoslayable, es decir, no meramente coyuntural, que es preciso asumir con valentía, lucidez y decisión en la evangelización y la catequesis.

- Esta cultura mediática está generando un nuevo tipo de persona más afectiva, intuitiva, icónica... así como nuevos espacios de diálogo, encuentro y participación. A su vez, facilita la integración –o puede facilitarla– y la comunión, y puede acelerar el cumplimiento de la utopía de la «comunión».
 - El Espíritu Santo impulsa la historia y sus dimensiones culturales y nos invita a entrar en un proceso de diálogo, entre Evangelio y cultura mediática, a fin de hacer presente la Buena Nueva de liberación de los pobres en sus lenguajes específicos.
 - La dimensión estética de la cultura mediática nos invita a valorarla y asumirla en nuestras acciones evangelizadoras.
 - Los «medios» no son sólo «nuevos aerópagos», sino verdaderos *lugares teológicos*, en que hemos de aprender a escuchar a Dios, como un fuerte «signo de nuestros tiempos».
 - La cultura mediática es, como toda cultura, amplia y ambigua, por lo cual requiere un discernimiento evangélico permanente. Pero tiene más posibilidades que riesgos para la humanización y evangelización.
- A su vez, esperamos que:
- Sepamos integrar en los lenguajes eclesiales los lenguajes de la cultura mediática, para lograr, en la propuesta evangélica, una sinfonía más asumible, por mejor, apreciada, bella y más en sintonía con las gentes de hoy.
 - En este sentido, los cristianos, inmersos en esta cultura, seremos agentes y protagonistas de los nuevos procesos de inculturación del Evangelio. Así la Iglesia se insertará en la cultura mediática para servir al mundo sin afán de dominio, acompañando los procesos culturales sin pretender dirigirlos.
 - En consecuencia, retomaremos en la acción catequizadora el lenguaje simbólico, icónico, narrativo, afectivo y existencial de Jesús, para hacer resonar la Buena Nueva con nuevas expresiones y comunicar con más eficacia pastoral el mensaje salvador en nuestro horizonte cultural.

- Será posible una catequesis más creativa, participativa y al servicio de la comunión y más profética, destacando los valores y denunciando los anti-valores de la cultura mediática desde dentro de ella misma.
- Podremos convertirnos del individualismo y de la exclusión de otros lenguajes que no sea el conceptual, para poner todos los recursos lingüísticos de la cultura mediática al servicio de la liberación integral encomendada a la Iglesia por Jesús.
- Los países y grupos humanos más pobres tendrán cada día más acceso a las riquezas de la cultura mediática.

II. ENTRE LOS ACENTOS EN QUE HABREMOS DE INSISTIR EN NUESTRA ACTUAL ASAMBLEA MENCIONAMOS:

- Toda la tecnología mediática actual no se resume en simples medios pedagógicos, sino que está configurando un nuevo tipo de persona y sociedad a las cuales hay que evangelizar.
- La necesidad de adquirir una actitud positiva ante lo icónico e intuitivo, renunciando a evaluaciones negativas aprioristas y evitando dicotomías entre los «medios» y la Palabra de Dios, como incompatibles.
- La apertura a la nueva concepción del tiempo y del espacio desde la cultura mediática, así como la concepción de persona. Esta ya no es sólo racionalidad, sino también, sentimientos, instintos, imaginación, afectividad, etc.
- La necesidad de una actitud «kenótica» –de humildad– dispuesta a renunciar a aparentes absolutos. Sólo desde ahí podremos introducirnos en la nueva cultura y en sus lenguajes.
- Es urgente revisar nuestra concepción y vivencia de la relación Iglesia-Mundo contemporáneo, reconociendo que este último es también lugar teológico de la revelación. El Espíritu sopla donde quiere: la mirada misericordiosa y acogedora de Jesús, nos ayudará a descubrir las «semillas del Verbo» en nuestro mundo.

- Los nuevos espacios de encuentro que proporciona la cultura mediática abren posibilidades para la comunión, pero de suyo no aceleran la «koinonía»: Eso depende del modo de usar estas oportunidades. No se ha de perder de vista que también hay grupos de poder económico y político interesados en manipular los medios, y que es un hecho que los manipulan ampliamente.

III. COLOQUIO SOBRE NUESTRA EXPERIENCIA DEL CYBER-CAFÉ. (SALA DE ORDENADORES-INTERNET-E-MAIL)

- El flujo comunicativo que hemos experimentado es abierto y plural: Entrar en Internet es abrirse a una información sin fronteras. Puedes entrar donde quieras; allí todo está a mano. Hay posibilidad de conectar con personas que no conoces (chateo) y conectar con pluralidad de opiniones; además es una comunicación casi instantánea con todos los interlocutores. Parece que no hubiese límites para encontrarse. En esta comunicación mediática se ha dado un salto cualitativo y cuantitativo, con gran eficacia y ahorro, respecto a tiempos pasados aún recientes.
- La sensación que sacamos es que no logramos controlar esta tecnología. Uno quisiera encauzar el gran cúmulo de datos que te ofrece Internet. Y si no se tiene muy claro lo que se busca, podemos empezar a navegar de forma caótica. Es preciso acercarse a la máquina con un esquema y un objetivo y ser disciplinado para no perderse en la autopista. El uso de Internet para lo que uno necesita es provechosísimo. Se corre el riesgo de terminar esclavizados a Internet. Para los jóvenes el gran atractivo es «surfear». Da la sensación de que Internet tiene algo incontrolable.
- La Iglesia, con la aparición de la Imprenta, aprovechó ampliamente el invento (la publicación de la Biblia y otros muchos libros religiosos) pero también lo controló (publicó la lista de los libros prohibidos). La Iglesia no puede tener control en Internet, aunque puede dar

orientaciones a sus fieles para utilizarlo, pero todo esto pasará por la libertad y conciencia de los «internautas». Por cierto, la Iglesia Católica está presente en Internet. Existe el Rial conectado a diez grandes portales católicos. Pero se observa que detrás de muchas páginas eclesiales están grupos e instituciones de escasa sensibilidad conciliar. Por otra parte, en los portales en que se aborda la religión predominan los grupos no católicos.

- ¿Dificultades que encontramos? El *miedo a la máquina*. Familiarizarse con el aparato necesita tiempo y una iniciación técnica. Si no hacemos este esfuerzo, nos quedaremos cada vez más lejos de estos lenguajes. También la *sensación de no-control* que uno percibe: queremos poner orden, pero parece imposible. No es así: El que quiere utilizar el aparato se controla él mismo o nadie lo controla. «Nos falta siempre un pedacito de espíritu –un plus de alma– para controlar nuestros inventos» (Francés). También sentimos *reticencia a la llamada «realidad virtual»*, que está vinculada al mundo de los computadores.
- Lo que más nos llama la atención es ese mundo de posibilidades de *comunicación* y de *nuevas relaciones* que se pueden establecer con los actuales medios cibernéticos: velocidad, relaciones múltiples, abundancia de información... También nos sorprenden las *posibilidades que se abren a la evangelización* universal, sabiendo utilizar adecuadamente estos medios. En concreto de cara a la juventud: ésta crece, madura con el estudio, la diversión, la afectividad... En las dos últimas dimensiones la Iglesia tiene mucho que aprender precisamente de estos mismos medios...
- ¿Posibilidades y desafíos para la catequesis en esta cultura mediática? La catequesis es un *camino abierto* a estos lenguajes; pero requiere tiempo y expertos; urge preparar *agentes jóvenes* capaces de utilizar estas tecnologías. Estamos ante un *gran desafío humano y eclesial*. Los centros de formación de agentes de catequesis necesitan preparar líderes en estos lenguajes.

En el fondo, el problema de la catequesis en la cultura mediática e Internet... está en que la catequesis es –suele ser– una comunicación unidireccional, receptiva sin reacción ante el que tiene la autoridad... En cambio en Internet la comunicación es bi-direccional e interactiva: el oyente reacciona. La comunicación interpersonal puede conllevar problemas porque no nos comunicamos sólo con la palabra, sino también con el cuerpo, la ropa, las posturas... y además puede ser muy pasiva. La interactividad no exige necesariamente estar en presencia de otra persona.

Incluso la comunicación en televisión es unidireccional, autoritaria, impositiva, no suele dar opción a reaccionar por parte de los televidentes. En cambio Internet está abierto a la comunicación bi-direccional o interactiva. Cada acción que realizamos en Internet tiene un camino de ida y vuelta. En Internet cada uno decide dónde quiere ir. Uno es responsable. Estamos, pues, ante una realidad educativa, es decir, para la que se necesita educar, a fin de que resulte maduradora de las personas. Internet es un medio de comunicación más democrático que otros medios (por ejemplo, la televisión...), es, por naturaleza, un medio descentralizado... Precisamente en este aspecto de la interactividad, bidireccionalidad, descentralización, puede encontrar la catequesis su dificultad más profunda. No obstante, la Iglesia está utilizando abundantemente Internet para ampliar su acción pastoral. ¡Pero ha de asumir más ampliamente este medio interactivo! (En los tres últimos párrafos de esta puesta en común, hay muchas aportaciones de nuestro experto Fabio Pasqualetti).

IV. LAS COMUNICACIONES: 1) «TEOLOGÍA DE LA BELLEZA Y CULTURA DIGITAL» DE JACQUES AUDINET 2) «“CARO, CARDO SALUTIS” (SAN IRENEO) LA CARNE CLAVE DE LA SALVACIÓN» DE ROBERTO VIOLA.

Audinet y Viola en sus comunicaciones teológicas quieren tranquilizar a los cristianos y cristianas formados en otra teología o educación cristiana en relación con la ruptura que parecen aportar los nuevos lenguajes

mediáticos a la hora de re-expresar, para nuestros contemporáneos, la Buena Noticia de Jesús.

1) Para Audinet, estamos descubriendo un nuevo sistema de comunicación. También el cristianismo, la fe y su teología... son sistemas de comunicación que han ido asumiendo nuevas técnicas comunicativas (por ejemplo, la imprenta) y gracias a ellas (por ejemplo, los catecismos) millones de personas han descubierto el mensaje cristiano, e incluso han logrado una determinada visión del mundo (cosmovisión cristiana). Nosotros, pues, somos producto de un sistema de comunicación y tenemos que enfrentarnos a otro.

Pero al enfrentarnos a Internet, no partimos de cero. Nuestra teología racional –como sistema de comunicación– no era meramente conceptual, tenía una dimensión estética y sobre todo, estaba acompañada de una cultura estética (imágenes, pinturas, obras arquitectónicas, poesía y literatura...) con que se comunicaba el mensaje cristiano al pueblo. Los autos sacramentales eran teología en acción y en lenguaje total. La Iglesia tiene experiencia para establecer una relación entre el anterior y el nuevo sistema de comunicación por la vía del mestizaje, sin dar saltos en el vacío.

La teología estética permite una aproximación al nuevo sistema de comunicación en términos de sentimientos, emociones, imágenes..., no sólo en términos de conceptos. Ya hay ensayos en esta línea, por ejemplo, H. Urs von Balthasar repiensa la teología a partir de Cristo, Verbo encarnado, como *Icono de Dios*. Él es el único Camino para llegar a Dios. Pero este autor justifica aún el mundo de las imágenes en clave conceptual.

Hay otros intentos de *teología estética*. El cristianismo tiene una tradición artística imaginativa, que siempre la tuvo y que llamamos *tradición de la fe popular*; ella se expresa a través de imágenes y experiencias (que es mucho más que la fe popular). La sustancia de la fe pasa a veces por ahí. Cabe preguntarnos: la catequesis ¿debe ser la memorización de conceptos o el

recuerdo –la memoria– de experiencias? La contestación a esta pregunta puede llevarnos a una pista para re-situar la fe cristiana... No se trata de introducir en Internet una buena teología, sino de reinventar una palabra humana que pueda circular en los medios de comunicación actuales con *valor evangélico*...

La situación a la que hemos llegado nos obliga a poner en tela de juicio lo que hemos recibido. Eso nos cuestiona, nos transforma no sólo emocionalmente, sino en nuestro modo de pensar, de reelaborar una cosmovisión (cristiana) que corresponda mejor al mundo en que comenzamos a vivir. En eso no tenemos que tener ningún complejo de inferioridad. Nos da una gran libertad. El mundo de Internet puede ser un mundo alienante, pero también puede no serlo: contamos con la fuerza del Espíritu (J. Audinet).

2) Roberto Viola, en unos cuantos flashes teológicos subraya con fuerza que vengan en el futuro las «rupturas», «novedades», y «cambios» que vinieren, no hay nada que pueda sorprendernos a los cristianos, ya que hemos asumido la *novedad más sorprendente*: «*La Humanidad resucitada de Jesús*». «Si nosotros nos asustamos de lo nuevo es porque no tenemos suficientemente (asumido) la experiencia de Jesús resucitado: la Humanidad está llamada a otra dimensión: el cuerpo resucitado o el cuerpo pneumático...». «No nos asustemos de las novedades de nuestro mundo digital. No hay nada que nos pueda asustar. Para un cristiano que camina en la fe, no hay nada más asombroso que la *Humanidad resucitada de Jesús*...»

La fe cristiana tiene en sus alforjas, por la fuerza del Espíritu, un capital de novedad inconmensurable. Lo peligroso es lo estático. Pensemos que las cosas buenas antiguas fueron progresos en su tiempo... La gran proeza de los primeros siglos (II-IV) del cristianismo fue pasar de una matriz judía a una inculturación griega. La Iglesia está marcada por el Pentecostés descrito en san Lucas: ...es el milagro de la universalidad de Dios, de *todo ser*

humano que puede escuchar a Dios en su propia cultura... Bajo don de Pentecostés, nosotros podemos ayudar a reconocer el Verbo en situaciones totalmente distintas a las nuestras; podemos reconocerlo y anunciarlo en nuestras propias culturas... En la cultura digital está (y puede ser expresado) el «Dios desconocido».

Las últimas reflexiones que hizo Roberto Viola, están elaboradas en clave poética y se interna en las misteriosas realidades del microcosmos y del macrocosmos siguiendo la frase de Einstein: «más importante que el conocimiento es la imaginación»; la *intuición* es física y en matemática es un camino «no conceptual» para llegar a expresar la realidad íntima de la naturaleza. Así «se pone en evidencia que las leyes fundamentales de la naturaleza se expresan no en complicados cálculos matemáticos, sino en términos de un simple y bello sueño matemático... Intuimos que *el mágico código* capaz de descifrar al universo y a nosotros mismos se llama *belleza*».

Estas últimas consideraciones poéticas abordando realidades microcósmicas y macrocósmicas, llevó a los participantes a retomar la pista de Jacques Audinet de la *teología estética*, para expresar o re-expressar la Buena Noticia de Jesús en la cultura cibernética en *moldes* o *modulaciones de belleza*. Y, por tanto, habría que priorizar una teología de la experiencia de la relación, de los valores, del gozo, del descubrimiento, de la comunión, de los «signos de Dios que camina entre nosotros de incógnito», de lo corpóreo, de la intuición... de la belleza; ¡Jesús, Icono del Padre y Salvador! ¿No son estos rasgos de la cultura digital?

V. CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA DIGITAL. UN RETO PARA LA CATEQUESIS

Esta es la ponencia de Fabio Pasqualetti, que él divide en dos partes. La *primera*, la dedica a describir los *diversos medios de expresión* que, desde la Escritura hasta la Realidad virtual, han sido utilizados por los seres humanos y revelan la comprensión que ellos tienen de sí mismos y del mundo:

la escritura, la televisión, el ordenador y la red (el videoregistrador, el mando a distancia, las videocámaras VHS y Video-8, el ordenador, Internet...) y la Realidad Virtual.

La *segunda parte* expone qué es la *cultura digital (CD)* y sus *características*. La cultura digital –que supone necesariamente disponer de los medios tecnológicos arriba citados– puede ser definida como el paso de una cultura de masas con controles centralizados, a una cultura-descentralizada, desestructurada, personalizada, en cambio permanente. Esta nueva cultura nos cuestiona en nuestra forma de ser hombres y mujeres y en la manera de ver la vida, así como también acerca de quién y dónde residen las nuevas sedes de poder.

A continuación el autor propone las características de la CD, detectando los aspectos positivos, sin ignorar los problemas que de ella suelen surgir. Los rasgos de la CD son:

- **En el orden cultural.** La *velocidad*, toda comunicación viaja con máxima rapidez. La *interacción* entre el hombre y la máquina; nadie recibe nada pasivamente, siempre uno es sujeto activo. La CD es *polifónica*, esto es, las verdades absolutas están sumergidas en el océano de las verdades pretendidamente absolutas; la CD acoge todo lo que tenga algo de positivo; es la cultura de la copresencia que da pie al diálogo. El *nomadismo*, da paso de una experiencia a otra; cultura del desarraigo, de la búsqueda, de la oferta y de la generosidad, aunque también del abuso y de la transgresión. El *sentido ecológico*, pues la cultura industrial destruye el único soporte de la existencia humana y es la CD la que da a conocer y denuncia este hecho por toda la tierra creando un sentir común. *Notable dominio de la tecnología*, en general al ordenador y a la red, las oficinas y hasta las casas están cada vez más computerizadas. *Dimensión espiritual*, pues las nuevas generaciones son renuentes a las religiones tradicionales o institucionalizadas, pero están abiertas a una variedad

de propuestas de orden religioso y espiritual. *Discriminante*, no por sí mismas cuanto por el hecho de estar supeditado a lo económico y a los vaivenes de la política, lo cual provoca situaciones marginales.

- **En el orden mediático.** En general, se pasa de una cultura mediática masivo-homogénea, a otra más personalizada y pluralista. En concreto este desplazamiento se realiza: *Desde la centralización hacia la descentralización*, es decir, de una cultura mediática controlada por pocos, a una cultura gestionada por muchos. *De una comunicación local a una internacional*: des-territorialización. *De los medios de masas a los medios personales* (ordenador, teléfono móvil...); la CD despierta la conciencia del derecho a la privacidad de los ciudadanos y a la defensa de la democracia. *De la programación mediática de masas a la programación personal*, expresado en el mando a distancia...
- **En el nivel religioso.** Los desplazamientos de la CD en este terreno denotan un paralelismo con los niveles culturales y mediáticos. En concreto, se dan desplazamientos: *De una religión institucional a una espiritual personal*, esto es, se constata el alejamiento de las religiones institucionalizadas como religiones –no– necesarias por falta de sintonía con la vida, a cuyos interrogantes no responden; las respuestas han de ser personales. *De una pertenencia por tradición a otra más significativa*; incluso en los grupos más religiosos, el pluralismo existente dentro de la Iglesia, es síntoma claro de la necesidad de formas plurales de vivir la fe.
- **Se dan desplazamientos:** *de la verdad objetiva e inmutable a otra expresión de esta verdad sin el cuño de lo absoluto*: sobre el imaginario colectivo pesa el ocaso de lo definitivo. *De un lenguaje tecnológico a un lenguaje cultural*. En la Iglesia católica, desde el lenguaje teológico hasta el ritual y sacramental pasando por la arquitectura de los templos, se nota con frecuencia la dificultad de

comunicar y dialogar con la cultura; en un contexto cultural pluralista es normal que las gentes busquen interlocutores abiertos al diálogo y a la confrontación, ignorando a cuantos lo evitan.

VI. RETOS PARA LA CATEQUESIS

Sin entrar en el tema específico, que no es de su competencia, el autor sugiere algunas líneas de reflexión para el trabajo común eclesial. La cultura digital –dice– posee una propiedad importante: su capacidad para integrar conjuntamente lenguajes diversos, al mismo tiempo que fomenta una continua evolución y tensión entre *orden* y *caos*, entre el *ya* y el *todavía no*. De aquí pueden derivarse algunas actitudes y modalidades de acción interesantes. Pasar:

- *De los sustantivos a los verbos*. Si la CD es de acción, participación, de interacción, está más cercano al verbo (acción) que los sustantivos (estructura o abstracción).
- *De las estructuras a los procesos*. La CD es cultura de procesos; involucrar a las personas en la programación de un proyecto pastoral es mucho más importante que intervenir sólo en su realización.
- *De los lugares de encuentro al encuentro de las personas*. Con el concepto de «desterritorialización» que incluye la CD, se quiere superar la necesidad del lugar físico, cuando lo que interesa muchas veces es la actividad que pone en relación a los participantes del encuentro. Si la Iglesia, en determinados momentos, no funciona como lugar de encuentro, basta cambiar de sitio.
- *De una jerarquía de «orden y mando», a una fraternidad de servicio*. La CD en su versión «romántica» o utópica es cultura de comunidad, donde los mejores se reconocen por su competencia y generosidad.

La utopía del compartir y de la supresión de la propiedad intelectual puede interpretarse como una distribución evangélica de los bienes materiales.

- *De instruir e informar, a dialogar y comunicar.* La CD es acusada de ser cultura de divisiones. Sin embargo es también cultura de encuentro, de diálogo y de comunicación, superando límites territoriales, culturales, religiosos, políticos y económicos.

El autor insiste en que esta presentación de la problemática de la CD exige una reflexión personal y discusiones grupales para dilucidar mejor lo que en su exposición ha quedado apenas apuntado.

6. CONCLUSIÓN DE LA III ASAMBLEA. ALGUNAS PISTAS OPERATIVAS

La Asamblea concluyó con un día completo dedicado a elaborar por grupos mensajes cristianos en clave de lenguaje digital y hacer una puesta en común de los trabajos con sus correspondientes itinerarios seguidos y la evaluación de los resultados. Los textos bíblicos elegidos fueron: El de la aparición del Resucitado estando Tomás (Jn 20, 24-29); el de los Magos de Oriente (Mt 2, 1-18); y el de los discípulos de Emaús (Lc 24, 13-35).

De aquí surgieron *algunas pistas operativas*, que refuerzan o clarifican algunas otras, que han ido suscitándose a lo largo de toda la Asamblea y que se han reflejado en esta semblanza de la misma:

- Nuestra dificultad está en expresar la fe en estos nuevos lenguajes pues no estamos acostumbrados a hablar del mensaje cristiano en términos «seculares». Hay que llegar al corazón de las personas, todas «trabajadas» por el Espíritu de Jesús; pero hay que llegar a ellas también —y quizás más

frecuentemente— mediante lenguajes «no religiosos». Hay que resolver en la práctica esta cuestión de los dos lenguajes: Bíblico-teológico y no religioso.

- Tenemos la tentación de ir de un extremo al otro: lenguaje religioso/ lenguaje no religioso. Pero hay una serie de lenguajes «intermedios» posibles y deseables. Tenemos poca paciencia para esperar a que las gentes se interroguen. En la comunicación no se puede empezar con un «clímax» de cien grados y dejar luego que el «clímax» del interés baje. La palabra, la voz, las imágenes del relato... deben *modularse* de manera que permitan suscitar la atención constantemente. En esto el Evangelio es más moderno que nuestra predicación. A Jesús le preguntan quién es mi prójimo y Él contesta con una narración parabólica, para terminar preguntando Él ¿quién es mi prójimo?

- Es muy luminoso tratar de descubrir en los textos bíblicos —y fuentes de la fe— aquellos aspectos que son rasgos de la cultura digital: velocidad, caos/orden, dimensión polifónica, nomadismo, espiritualidad, el paso de lo institucional a lo más significativo... Así vamos descubriendo aspectos casi nunca atendidos; se pasa de una lectura lineal, a otra más vital y en movimiento.

- Todo lo descubierto **no es la última palabra en cuestión de lenguaje digital en el ámbito religioso**. Son investigaciones y experiencias hechas entre los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Salesiana y otros agentes de pastoral, compartidas y contrastadas entre nosotros. Todo ello supone un estímulo para seguir buscando y compartiendo con otros catequetas y catequistas. Lo aquí realizado es un nuevo estilo de los nuevos lenguajes mediáticos en función de la educación de la fe, hoy.

- Otras varias pistas válidas se decantarán, si repasamos las notas, apuntes, resúmenes... de sesiones, coloquios, etc., de los que hemos dejado constancia concisa en esta crónica de la III Asamblea de SCALA-2001.