

Cómo proponer la palabra Dios hoy

Goazen 2017. Bilboko Elizbarrutia

Carlos García de Andoin



Hablamos de ... comunicación

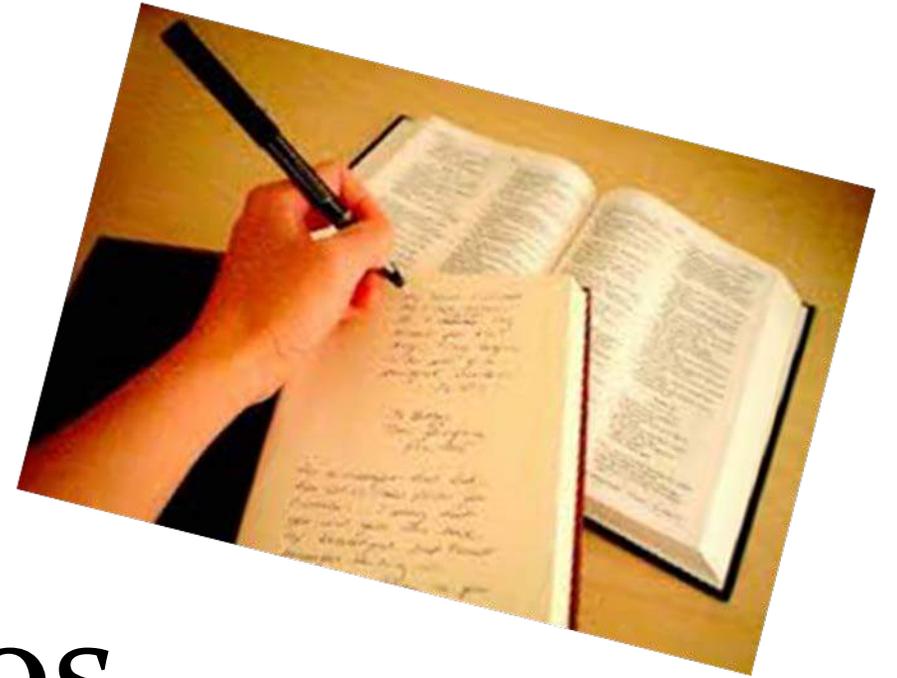




Religiones de la Palabra

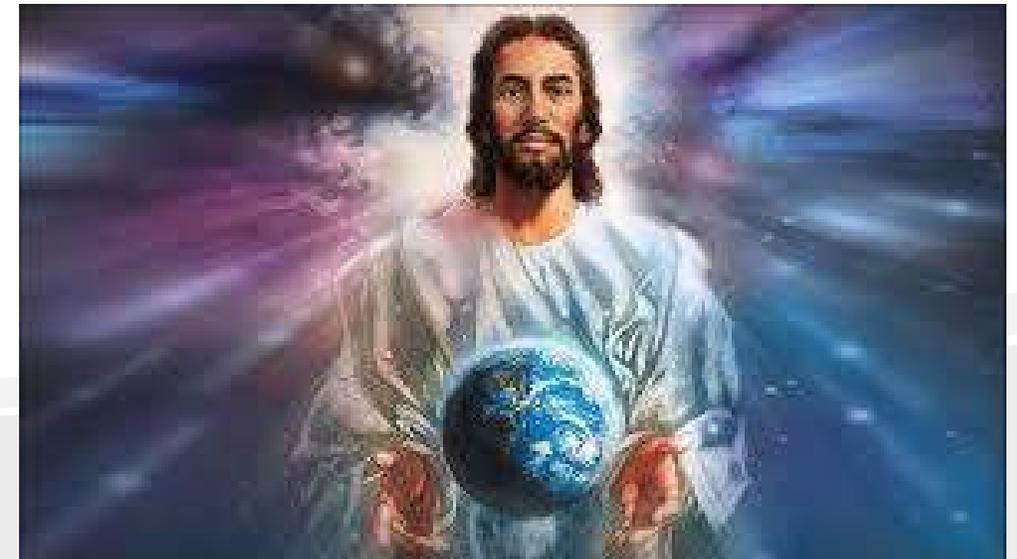
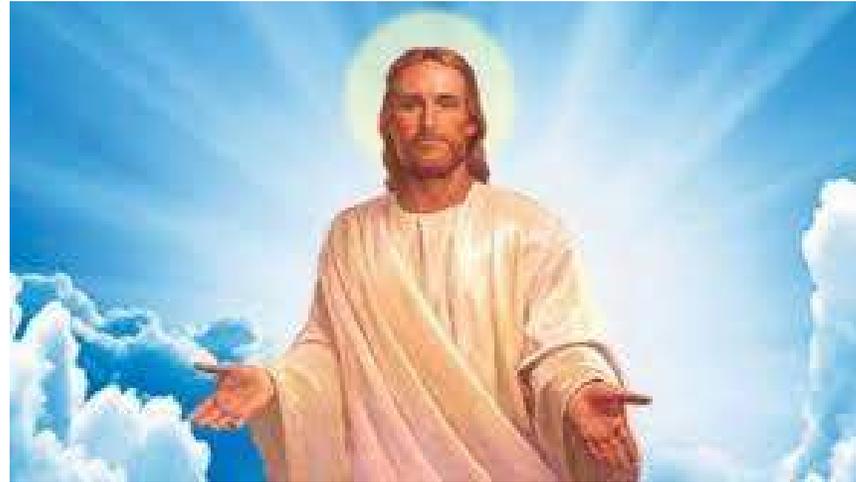
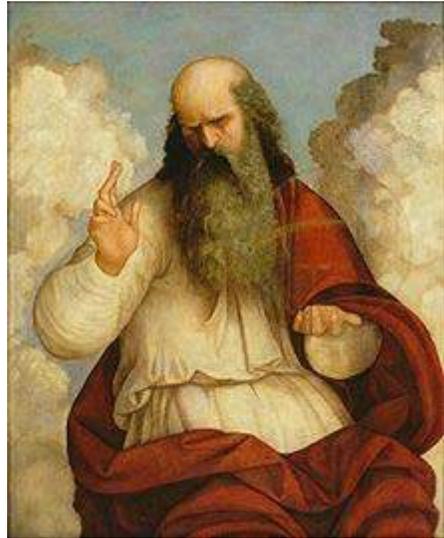
Religiones del libro, como el cristianismo, son religiones que conciben una relación ente Dios y el hombre, como comunicación, basada en el lenguaje.

“Dios crea por la palabra. Dios llama por la palabra. Dios se revela por la Palabra. Los profetas se sirven de la Palabra para anunciar y denunciar. La Biblia es Palabra de Dios con diversos géneros: histórico, profético, poético y otros. Jesús, revelación de Dios, es el Verbo, la Palabra de Dios hecha carne. Jesús evangeliza de palabra y obra. Palabras en hebreo, en arameo, en griego, en latín. Evangelios que recogen diferentes géneros literarios: parábolas, sermones, relatos, maldiciones, ... Apóstoles que transmiten la revelación mediante la predicación oral. El propio género de los evangelios, narrativo. No poético, ni legal, Las realidades cristianas viene definidas por palabras: Pecado/Gracia, Salvación/Perdición, Dios, Jesucristo y el Espíritu, Perdón, Misericordia, ...”



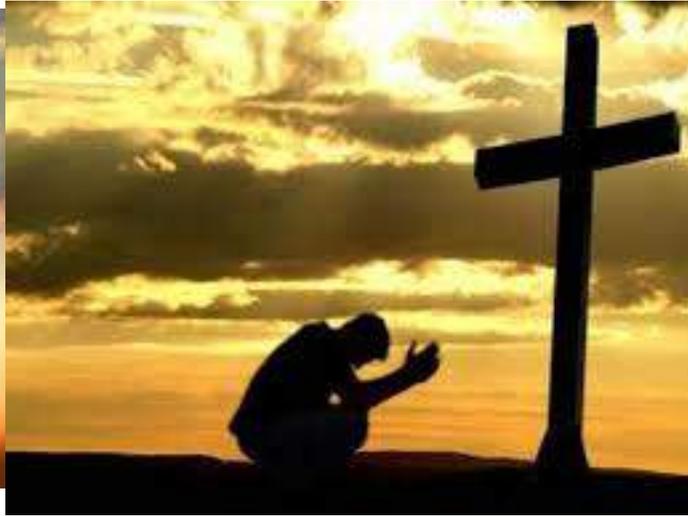
1. Interrogándonos

“Dios” en Google imágenes



“Espiritual” en Google imágenes

1.



“Catolicismo” en Google imágenes





2. Crisis de (un) lenguaje



Crisis de lenguaje “modernizante”

- Crisis de significación del lenguaje religioso. La manera como hemos dicho Dios no parece decir nada que realmente interese a la persona de hoy.
- Pero no es sólo una crisis del cómo, de herramientas de lenguaje, sino que afecta al qué: a la sustancia de la propia experiencia religiosa.
- El interrogante surge sobre si nuestro lenguaje “modernizante” sobre Dios no es demasiado:
 - racional-dogmático
 - organizativo-eclesiástico
 - ético-moralizante



Lenguaje religioso, ¿lenguaje ideológico?

- Secularización como “ex – culturación” (Hervieu-Leger) de salida del Dios cristiano de la cultura occidental.
- “La cultura es la forma de la religión y esta la sustancia de la cultura” (Tillich).
- Consecuencia del alcance y profundidad de este divorcio fe y cultura: el lenguaje religioso extraño y superpuesto a la experiencia humana, como ideología.



Tres factores (1)

- **Crisis pragmático-lingüística del lenguaje religioso**
 - Dios te salva. La gente sabe lo que es salvación (Sálvame De Luxe, Salvados)
 - ¿Cómo realmente te salva? ¿De qué te salva? ¿Cómo te salva?
 - De la enfermedad: Quien cura no es Dios sino el sistema de salud.
 - De la muerte. Rezar no salva de la muerte sobrevenida. Dios no para un huracán, un terremoto, ni un accidente.
 - Del pecado. Del sinsentido. De ti mismo.



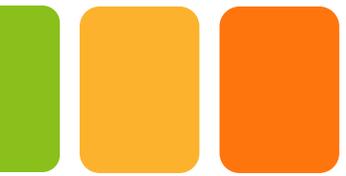
Tres factores (2)

- **Nuevo paradigma religioso: el pluralismo**
 - Somos conscientes de modos de vida y creencias diversas
 - La mayoría se las apaña en relativismo cotidiano, convivimos evitando conflictos
 - “Como si Dios no existiera” (Grocio) en las diferentes esferas de la vida.
 - Desdibujamiento de identidades y creencias en el magma cosmopolita.
 - La certeza religiosa es “un bien escaso” (Berger), salvo en fundamentalismos.



Tres factores (3)

- **Las nuevas tecnologías digitales**
 - La tecnología en el pasado tenía que ver con automatización o producción industrial.
 - Hoy tiene que ver con amistad, relación, encuentro y comunicación. Somos conscientes de modos de vida y creencias diversas.
 - No son nuevos medios, sino que provocan hondas transformaciones en los modelos de comunicación y en las relaciones humanas (Benedicto XVI)



3. Restablecer la comunicación



Reestablecer la comunicación

- 1) Ayudar a interpretar la experiencia humana comprensivamente, superando las múltiples reducciones y fragmentaciones que la cultura actual opera sobre nuestra humanidad.
- 2) Ir a la sustancia de la experiencia que nos narran los Evangelios, por debajo de sus formas y lenguajes. Es una labor de quitar ropaje adquirido por los siglos, que lejos de revelar, oculta, el acceso a la experiencia originante.
- 3) Poner en diálogo creativo, interpelante, movilizador, aquella experiencia con el Dios de Jesús y la nuestra.

**La humanidad
de la experiencia religiosa**





La humanidad de la experiencia religiosa

- Experiencia de contingencia (enfermedad, muerte, debilidad, ...)
- Búsqueda de unidad e identidad interior. Armonía.
- Anhelos de absoluto e infinito. Plenitud. Perfección. Belleza.
- Clamor de justicia de la víctima y el débil. Reparación.
- La admiración por el milagro del ser. Gratitud
- Legitimación del bien y proscripción del mal. Responsabilidad.
- Necesidad de vínculo con persona, familia, comunidad. Amor.
- Pregunta por el sentido de lo que vivimos. Construcción social.



Decodificar

- Es determinante observar, escuchar, sentir, ... donde se expresan y cómo se realizan estas necesidades en nuestra sociedad.
- Ayudar a que se hagan conscientes tanto sus experiencias como los modos de respuesta que practicamos.
- En muchos casos, se dan de manera escondida, reprimida, desviada, transferida en modos inmanentes. “La trascendencia se encoge” (Luckhman).

Imaginarios de Dios





Recrear “marcos” de significado de Dios

- Muchos de nuestros lenguajes de comunicación de la fe se han hecho ininteligibles. Son muy eclesiásticos, estereotipados, anquilosado, trasnochados e incluso crípticos.
- Hay marcos de referencia – imaginarios de Dios- acuñados por siglos y siglos.
- ¿Nuestro lenguaje está caduco?
- El papa Francisco está mostrando como el lenguaje vivo y directo, rico en imágenes del Evangelio y en gestos de hoy sigue teniendo una enorme fuerza de comunicación.



El Dios para nosotros que comunica Francisco

Su comunicación está creando, a nivel de la comunicación de masas, nuevos marcos de referencia, de significado de la palabra Dios. Como propuesta positiva. De esperanza.

- Dios **Alegría**. Vs. Gravedad.
- Dios de los **Pobres**. Vs. Todopoderoso.
 - Dios **Misericordia**. Vs. Condenador.
- Dios de **Vida, ecológico**. Vs. Destructor.
- Dios de **Paz y convivencia**. Vs Intolerante.



La alegría de Dios

La misericordia de Dios

Dios de la paz y la convivencia

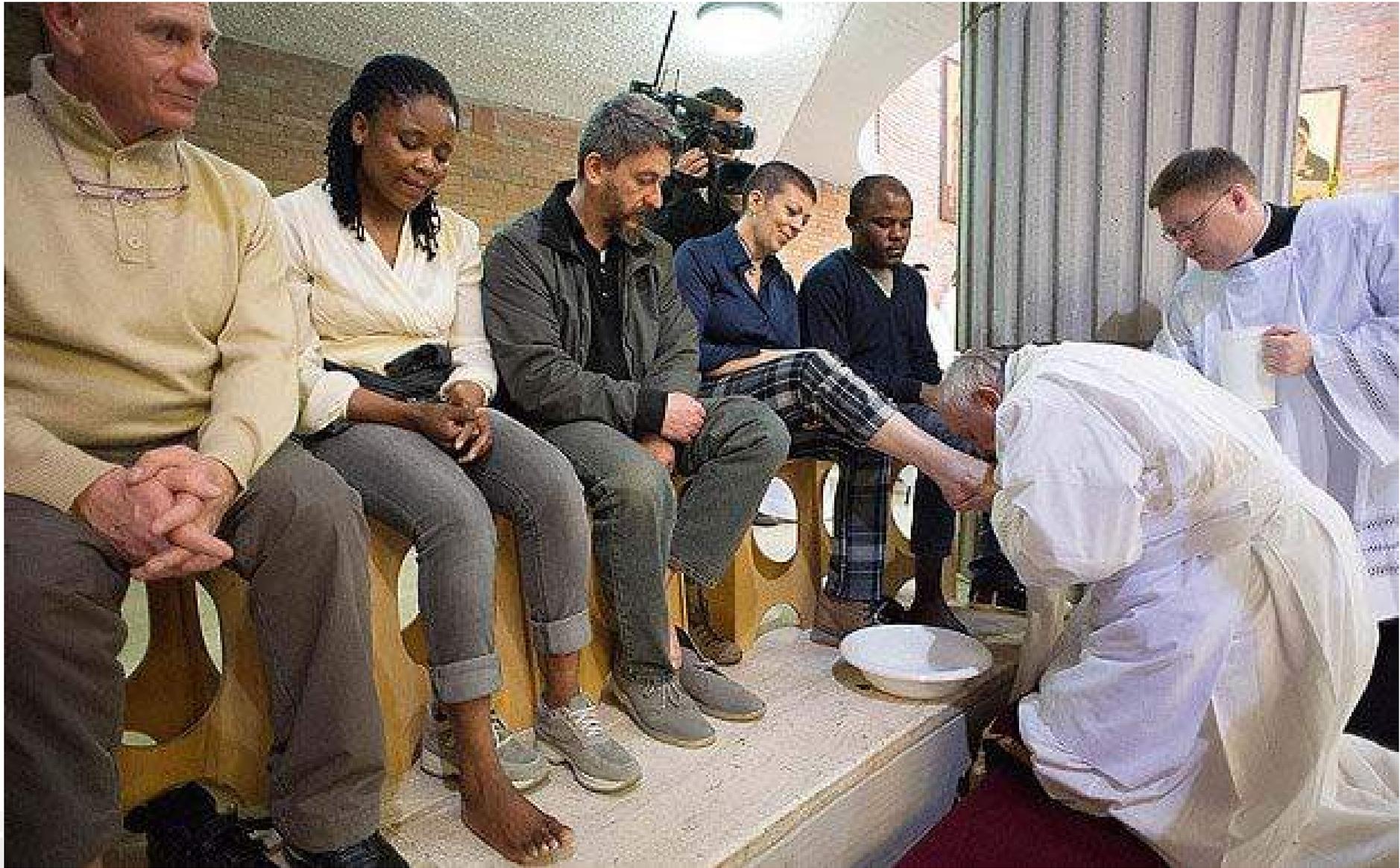
Dios de la
ecología

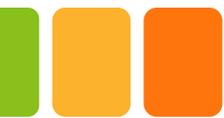
Dios de
los Pobres



Gestos: la credibilidad de su comunicación

La potencia de comunicación no es explicable sino porque las palabras acompañan gestos, acciones, imágenes, contextos de realidad, escenarios.... que confieren credibilidad a su lenguaje sobre Dios.



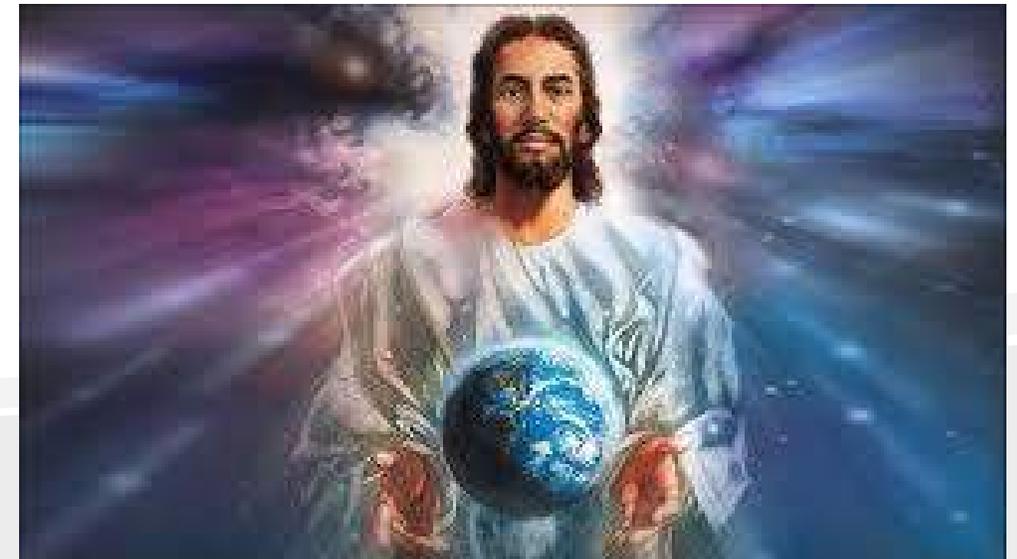
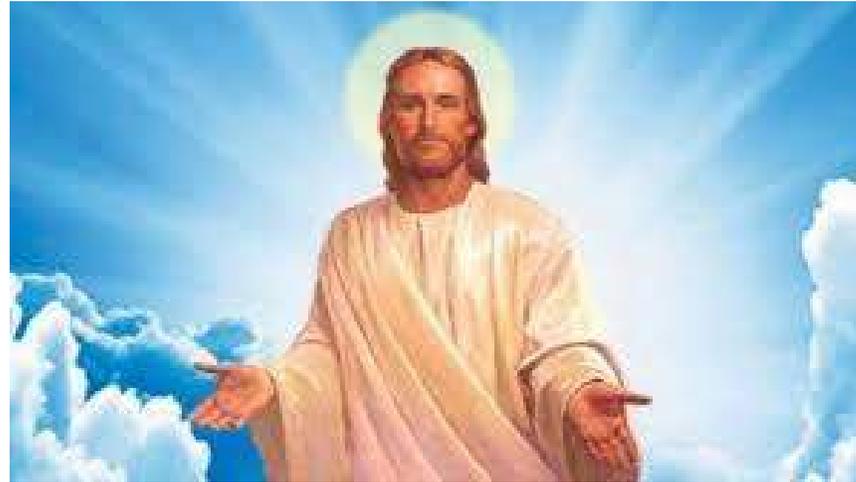
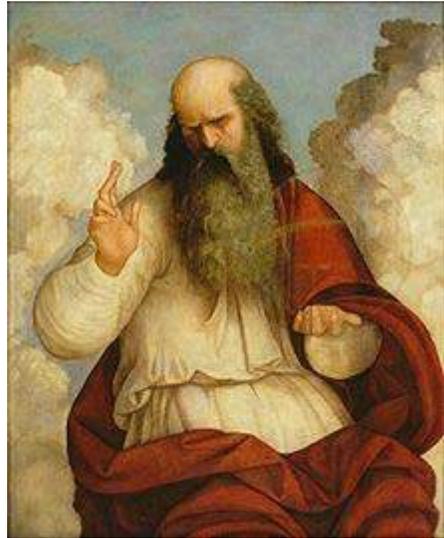








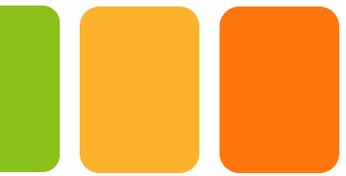
Hieratismo: ¿sacralidad de Dios?



El silencio que sufre con Dios



<https://youtu.be/vMtBOCR7Pul>



4. Líneas de actuación



Líneas de actuación

- Desafíos de la comunicación digital a la evangelización
- Expresividad religiosa cotidiana y marcas de identidad
- De liturgia monomedia a liturgia multimedia
- Condiciones y talentos del anuncio
- En suma: los lenguajes que necesitamos

Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (1)



Download from
Dreamstime.com
This watermarked comp image is for previewing purposes only.

ID 28343782
© Nmedia | Dreamstime.com



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (2)

- Las posibilidades tecnológicas no son sólo herramientas, sino que cambian conductas y experiencias, modifican mentalidades. Multimedialidad. Interactividad. Hipertextualidad. Conectividad. Palabras que hablan de una nueva realidad.
- La comunicación de la era digital, a través de las redes sociales, ha transformado el modelo de comunicación (Pinto, 2014: 16).



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (3)

- De la comunicación centrada en el emisor a la comunicación centrada en el **usuario**. El usuario elige el medio, y la información, participa creando información, construye comunidad de interpretación, bucea y profundiza.
- De comunicación monomedial a comunicación **multimedial**. Audio, vídeo, escritura, fotografía, iconos,...
- De una comunicación de una sola vía, a una comunicación con **interacción**.
- De una comunicación con valores establecidos por parte del emisor a una comunicación de **valores establecidos por el usuario**.



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (4)

- De una comunicación que utiliza una pedagogía de la información a una **pedagogía de la participación**.
- De una comunicación donde la prioridad son los contenidos a una comunicación donde **la prioridad son las relaciones**.
- De una **comunicación territorializada** a una comunicación deslocalizada, virtual, con mi comunidad de referencia.



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (5)

- De la pastoral de la respuesta sobre lo que hay que creer a la pastoral de la interioridad y la pregunta. “Así, primero de brújula y después de radares, el hombre se está transformando en un decodificador” al que le llegan múltiples respuestas. Lo más importantes es ayudar a “reconocer las presuntas significativas, las fundamentales” (Spadaro, 2016:11).
- De la pastoral centrada en los **contenidos** a transmitir a la pastoral de la personalización, centrada en las **experiencias** a vivir por las personas y sus itinerarios vitales, diversificados.
- De la pastoral de **pertenencia** a la **pastoral de conexión** y de conectividad, comunidades de referencia virtuales.



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (6)

- De la pastoral de la transmisión de lo que hay que creer a la pastoral del **testimonio**, de las marcas de identidad, que ya vivimos.
- De la pastoral vertical y unidireccional a la pastoral de la **interactividad y la multidireccional**.
- De la pastoral de las ideas y verdades a **la pastoral de la narración**.
- De una pastoral monomedia, de abuso de la palabra, oral o escrita, a una **pastoral multimedia**.



Evangelización 2.0

- La monja tuitera: Xixka Valladares, tiene 32.000 seguidores.
- Sin sermones y entendiendo Twitter como una red social, «no como una hoja parroquial colgada en una puerta». Su cuenta es una de las más influyentes, y se lo ha ganado a base de actualizarla a diario, darle al like, retuitear...
- «Porque así se crea comunidad y fieles a tu marca», asegura. Su último libro *Evangelizar en Twitter* ofrece 30 mandamientos para convertirse en un buen *community manager*.



Desafíos de la comunicación digital a la evangelización (7)

Así que a la pregunta “¿Quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto?” de la teoría de la comunicación:

- Si la Biblia responde así: **“Dios se dirige a los hombres por medio de la Palabra para darles la salvación”**.

La comunicación digital nos lleva a algo así:

- **“Todos nos vivimos a todos el Evangelio, de modo multimedia, y así Dios se hace todo en todos”**.



Expresividad religiosa y marcas de identidad (1)

- Para cada persona creyente. Volvemos al mundo analógico.
- El humus religioso en que arraiga esa vida tiende a ser silenciado o negociado a la baja, o, en caso de ser manifestado es algo hecho desde el rol de catequista o cura, o para los de casa.
- Es un bien progresivamente más escaso. Lo que no se expresa en el discurrir cotidiano va dejando de existir para los otros y también para mí. El lenguaje tiene una fuerza ilocucionaria, crea realidad.

Expresividad religiosa y marcas de identidad (2)





Expresividad religiosa y marcas de identidad (3)

- la oración antes de comer, en acontecimientos singulares,...
- signos religiosos ambientadores en nuestras casas (cuadro, y lugares de trabajo (pisapapeles), automóvil (colgante),
- la visita a una iglesia, para orar unos minutos, en la vida cotidiana,..
- dar razón creyente en ocasiones.
- dichos: ¡Dios mío!, ¡vete con Dios!, ¡confía en Dios! ante situaciones que se dan en la vida,
- referencia expresa al evangelio ante determinadas decisiones que contrastan con lo que hace la mayoría,



Expresividad religiosa y marcas de identidad (4)

- el hablar de mi grupo o de mi parroquia o de actividades que hago con ellos en el ambiente de trabajo, de amigos, de familia,...
- manifestar una objeción radical a un planteamiento en el grupo de militancia, en la familia o en el ambiente de trabajo por razones de fe, por ejemplo, aborto o no hacer horas extraordinarias;
- retirarse a orar y búsqueda de espacios de recogimiento,
- llevar la biblia abiertamente por la calle cuando vas y vienes de la reunión o de la oración a la que la has llevado,
- manifestarte cristiano y ser polo de contraste en las discusiones sobre temas en el "euskaltegi",
- la importancia de celebrar la Pascua de resurrección no yendo o también en caso de ir de vacaciones...
- vivir con signos especiales en tiempos especiales (Navidad o Cuaresma).



De liturgia monomedia a multimedia (1)

- Un lugar excepcional de propuesta de Dios es la celebración de la comunidad cristiana: la liturgia. El retroceso de la práctica dominical es otro de los grandes indicadores del divorcio de la fe con la nueva cultura. Y, sin embargo, tiene enormes posibilidades. La liturgia siempre ha sido un acontecimiento para todos los sentidos, para la persona en la integridad de lo que es.
- Es preciso revisitar la liturgia como acontecimiento de comunicación entre Dios y su Pueblo, en conformidad con la nueva cultura de la comunicación.





De liturgia monomedia a multimedia (2)

- Mejorar la comunicación oral. Directa, con oratoria. No leer moniciones, ni homilía, ni peticiones (Menos leída).
- Mejorar el acceso visual de lo que acontece. Por la disposición de los bancos y el altar y con pantallas de ppt y de tv. También con toma de vídeo.
- Enriquecer con el uso de material audio-visual la celebración. Ya hay pantallas y ordenadores.
- Realzar la gestualidad ritual. Alzar la palabra de Dios, la diversidad de posiciones,... Tanto del pueblo como del sacerdote.
- El canto y la música no son rellenos. Crean el clima espiritual y son vehículo de comunicación con Dios. Cuidar las voces, las canciones, los acompañamientos musicales, ... Música para cantar, música para escuchar.







De liturgia monomedia a multimedia (3)

- Ampliar los modos de expresión, posiciones corporales, danza contemplativa, ...
- Pasar del lenguaje enunciativo a la dramatización de la palabra de Dios, mejorar los modos de narrar, la entonación,
- Que se oiga bien, la megafonía. Cuidar otros sentidos, como el olfato, a través del incienso, ...
- Adecuar la iluminación/oscuridad, las velas, ... que marcan una ruptura de nivel que nos
- Ofrecer modos de interactividad. Espacios circulares, interactivos. Crear cultura de participación.





Condiciones y talentos de anuncio (1)

- Debe estar sostenido por una *pretensión de misión*, es decir, no sólo de expresión de la fe, sino de comunicación a nuestros compañeros y compañeras, para evocarles experiencias de interioridad, para provocarles interpelaciones sobre su vida actual y deseos y búsquedas de una nueva realidad, y para convocarles a estar con Él y a seguirle. Con **humildad y sencillez**. Creemos que en Dios pueden encontrar el Sentido a sus vidas y la Liberación del mal, del pecado y de la injusticia. No es lo mismo la vida sin Jesucristo que con Él.



Condiciones y talentos de anuncio (2)

- Ha de estar situado en una *presencia convivencial*, es decir, en la convivencialidad con aquellas personas a las que queremos anunciar, encarnación en sus vidas, amor traducido en horas de vida compartida, en horas de compromiso hacia ellas, en horas de gratuidad con ellas. Nuestra vida eclesial entendida como organización, reunión y agenda es impedimento serio para esta presencia más comunal.



Condiciones y talentos de anuncio (3)

- Preferenciar el anuncio a **las *personas concretas***. El anuncio hay que dirigirlo a personas en su individualidad, en su concreción. Hermosamente lo dice G. Rovirosa: "No te desvivas queriendo "salvar al pueblo". Eso no lo ha conseguido nunca nadie; pero puedes ser instrumento de Cristo para salvar a "algunas" personas, las cuales, cuando tengan tu espíritu, podrán salvar a otras, y así irá forjándose una cadena ilimitada" Esta es la regla del juego para los cristianos de Cristo".



Condiciones y talentos de anuncio (4)

- Anunciar desde el estilo de la *mayéutica*, el arte de la partera, que tanto le gustaba decir a Sócrates. ¿Qué significa? La mayéutica es el diálogo que intenta partir del otro, que, en lugar de adoctrinar, interroga, que así va ayudando a la persona a ir sacando a la luz todas las riquezas, pensamientos, experiencias que lleva dentro.
- No tenemos a Dios, sino claves para descodificar donde está Dios. Está en la vida, en la gene, en el mundo, en la naturaleza.



Condiciones y talentos de anuncio (5)

- Proponer a Dios desde la *narración*, más que desde la explicación. La Buena Noticia es la narración de algo que ha acontecido. Algo que ha acontecido en mi, en otros, que ha acontecido en Jesús.
- Nuestra presentación ha sido muchas veces o muy racional especulativa o muy sentimental. La narración remite a una historia vivida, objetiva y subjetiva. Supone introducir en una historia a quien participa en la narración. Ella misma va socializando en la cosmovisión que nos sostiene.
- Además, una razón y experiencia. La mentalidad moderna ha escindido razón y experiencia, provocando racionalismo y sentimentalismo. Ello mata el cristianismo. La narración entrelaza ambas, las une estrechamente. Hace posible un lenguaje de experiencia razonable para anunciar a Jesucristo, como es todo lo profundamente humano.



Condiciones y talentos de anuncio (6)

- Finalmente, proponer a Dios desde la *comunidad*. Todos recordamos aquello de Juan " - ¿qué buscáis? - ¿dónde vives? - venid y lo veréis". Cuando se abre la sed de la persona, cuando hay deseo y búsqueda, sólo puede haber un primer sí a la iniciación y a la conversión cristiana si hay un encuentro con esa realidad nueva que barrunta y vive la respuesta a esa búsqueda: la Iglesia. ¿Dónde se hace lo que se dice? ¿Qué Iglesia concreta y viva ofrecemos a quienes no son cristianos? ¿Cuál es realmente el ensayo de humanidad nueva que ponemos en marcha? ¿Es algo más que reuniones, papeles y planificaciones? ¿Es vida nueva? ¿Es sacramento vivo de Dios? "Mirad ¿cómo se aman?" ¿Nos amamos, compartimos vida, fe y bienes? La comunidad forma parte de la propuesta de Dios hoy.



En suma: los lenguajes que necesitamos (1)

- - “Necesitamos lenguajes existenciales y vivenciales, **nacidos de las situaciones de vida**. Lenguajes que, recurriendo al lenguaje cotidiano, sean **capaces de transmitir y generar experiencias gozosas y personalizadas** de fe al situar a los que quieran oír ante la oferta salvífica de Dios” (Lois, 2008: 187).
- - “Necesitamos lenguajes más pegados a la vida y realidad cotidiana de la gente, **lenguajes que incorporen son mayor vigor y rigor las preguntas y sospechas, problemas e inquietudes, anhelos y esperanzas** de todos los destinatarios de la Buena Noticia” (Lois, 2008: 174).



En suma: los lenguajes que necesitamos (2)

- - “Nunca podemos alcanzar un discurso acabado de Dios. Nuestros lenguajes han de ser conscientes de sus límites, puesto que Dios sólo puede ser buscado a tientas, son lenguajes analógicos, por la inefabilidad e inabarcabilidad del misterio de Dios”. Menos rotundos y dogmáticos. (Lois, 2008: 179).
- - “Lo decisivo es que estos lenguajes sean **de amor y servicio, testimoniales, que muestren o hagan presente el misterio de la presión amorosa y salvífica de Dios** que invade nuestra propia existencia para que le oyente pueda descubrir esa misma presión amorosa también en sus entrañas. “Necesitamos, en suma, lenguajes mayéuticos, capaces de lograr que descubramos y activemos nuestras mejores posibilidades” (Lois, 2008: 188).



“La única manera de llegar al corazón del otro es con un mensaje que brota del propio corazón. Es imposible comunicar el Evangelio de otra forma”

Oesterhedl (2016: 9)