

M. DEL CAMPO GUILARTE (ed.), *La comunicación de la fe* (Colección Presencia y Diálogo 12; Publicaciones de la Facultad de Teología "San Dámaso", Madrid 2006) 281 pp. ISBN 84-96318-25-7

El volumen recoge las intervenciones que tuvieron lugar durante un Curso monográfico sobre *La comunicación de la fe*, organizado por el Departamento de Catequética de la Facultad de Teología "San Dámaso" y recoge, como uno de sus aspectos más interesantes, la riqueza de la diversidad de perspectivas con que diferentes expertos del ámbito de la catequética y de la comunicación social afrontan el tema propuesto.

La serie de estudios se abre con un enfoque general del tema presentado por Jesús Catalá Ibáñez en su ponencia titulada *Evangelización y comunicación de la fe hoy*, mostrando cómo la comunicación de la fe es parte integrante del proceso global de la evangelización, aunque no se confunde con él y, al mismo tiempo, se distingue de otras actividades específicas como son la catequesis, la liturgia o la oración. La comunicación de la fe puede darse en cualquier momento del proceso evangelizador, sin pretensiones de ser sistemática ni orgánica, como lo es la catequesis, y para lograr resultados satisfactorios debería tener en cuenta aspectos como el transmisor, el destinatario, el contenido del mensaje, los modos e instrumentos de comunicación, los ámbitos en que se comunica, así como el lenguaje utilizado. Precisamente a este último aspecto del lenguaje, dentro del ámbito específico de los medios de comunicación social y atendiendo a su relación con la cultura, está dedicada la ponencia de José Francisco Serrano Oceja titulada *Claves del lenguaje de la comunicación audiovisual y escrita*. Ese mundo cultural y mediático en el que se desenvuelve la misión evangelizadora de la Iglesia plantea hoy una serie de retos a los que la comunicación de la fe debe saber hacer frente. A ello dedica José María Gil Tamayo su ponencia titulada *Desafíos planteados hoy a la comunicación de la fe y líneas de respuesta*, en la que concluye aportando algunas pautas de acción concreta en orden a la evangelización de la cultura mediática. Manuel M^a Bru Alonso dedica su ponencia *Ética y comunicación. Valores y pautas que se transmiten a partir de los medios* a analizar, desde el magisterio más reciente sobre temas de comunicación social y, en especial, desde la doctrina de Juan Pablo II, la ética que debe apuntalar la evangelización dentro de la actual cultura mediática. La ponencia de Humberto Martínez-Fresneda Osorio, titulada *Los medios de comunicación en España. Principios e intereses que les guían*, ofrece una tipología de los grupos y medios de comunicación actualmente presentes en España, reconociendo que son una herramienta de formación de la mentalidad y opinión de los ciudadanos sobre temas de inmediata actualidad. José Luis Restán, en su ponencia *Lugar y posibilidad del mensaje cristiano en el mundo de los mensajes*, muestra cómo el mensaje cristiano no puede equipararse a los demás mensajes que circulan en nuestra sociedad mediática pues el cristianismo es un hecho y, sobre todo, una vida, que apunta directamente a la entraña del hombre. De ahí que este mensaje cristiano presente unos contenidos propios y peculiares que no son

otros que los contenidos de la fe. Así lo muestra Manuel del Campo Guilarte en su ponencia *El contenido de la comunicación de la fe. Núcleos esenciales de la transmisión de la fe*, en la que presenta algunas claves y criterios teológicos con los que poder articular, dar unidad y significación a los contenidos de la comunicación de la fe. Una última ponencia de Juan Carlos Carvajal, titulada *La pedagogía de la transmisión de la fe. El testigo y la pedagogía de la fe*, insiste en que la comunicación de la fe conlleva para el creyente una pedagogía propia que no puede reducirse a mera técnica ni puede ejercerse como algo meramente externo que no implique a toda la persona. Por último, la segunda parte del volumen, presentada en un tono más coloquial y a partir de experiencias concretas, se dedica a algunos ámbitos de transmisión de la fe como son la familia, la escuela, la parroquia, la opinión pública y el cine.

Es esencial a la catequesis el hecho de ser un acto de transmisión viva del contenido central del mensaje cristiano que es el misterio de Cristo; de ahí que forme parte intrínseca de la misión de la Iglesia, que consiste principalmente en transmitir ese contenido fundamental de la fe cristiana. Ni la catequesis ni, más en general, la comunicación de la fe, pueden plantearse hoy en día al margen de la cultura mediática en la que parece centrarse la actual era de las comunicaciones sociales. Para que la fe impregne la cultura, toda cultura, debe hacerse presente en ese ámbito de los *mass media* que es, en la actualidad, uno de los principios configuradores de la sociedad y de la opinión pública. Y, al mismo tiempo, forma parte de la tarea evangelizadora de la Iglesia hacer que esa cultura mediática sea vehículo e instrumento al servicio de la comunicación del mensaje cristiano. Por eso, el presente volumen, además de afrontar un tema de suma actualidad para el ámbito de la catequesis, ofrece interesantes pautas de reflexión y de actuación para uno de los más urgentes retos que tiene planteados hoy la Iglesia, es decir, su presencia y acción evangelizadora a través de los medios de comunicación social. Será, sin duda, una valiosa aportación y un apoyo a la labor catequética que protagonizan tantos agentes de evangelización desde el ámbito de las nuevas tecnologías.

CARMEN ÁLVAREZ ALONSO