

JÓVENES, MEDIOS Y ESPIRITUALIDAD

José Martínez-de-Toda, S.J.1

[Ponencia publicada en *Cultura y "Cultura y Medios de Comunicación"*. 15-18 febrero 1999). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca. Pp. 753-765.]

Resumen: Se presentan los resultados detallados de dos investigaciones recientes sobre "Jóvenes, medios y espiritualidad", realizadas en Santiago de Chile y Quebec, y de resultados más globales de varias investigaciones realizadas en Europa y EE.UU. Tales investigaciones siguen el enfoque de los estudios religiosos seculares. Ellos conllevan una matización y reformulación de conceptos como *espiritual, religión, sagrado y secular*. Se confronta este enfoque con el de los estudios confesionales sobre la espiritualidad cristiana. Se concluye con algunas recomendaciones sobre cómo debe ser esta espiritualidad cristiana hoy, y en concreto la del comunicador cristiano, y cómo debe éste enfocar su trabajo con los jóvenes de hoy a través de los medios, si se quiere hacer caso de los resultados de las investigaciones mencionadas.

Descriptor: Espiritualidad. Jóvenes. Comunicación social. América (Chile, Canadá. EE.UU.). Europa. Religión. Secularización.

Los jóvenes de hoy dicen que algunos programas no expresamente religiosos de los medios de comunicación les hacen vivir lo *espiritual*. Eso indican resultados de investigaciones recientes. Pero ello plantea varios interrogantes:) Qué entienden ellos por *espiritual*?) Qué aspectos espirituales ven en los medios?) Cómo es posible hallar espiritualidad en unos medios inmersos en el proceso actual de secularización?) Qué es espiritualidad?) Cuántas clases hay?) Cómo la relacionan con la religión?) Qué tipo de personas atribuirán un significado religioso a una canción, una película, un anuncio o un programa de televisión?) Cómo influye la

1 José Martínez-de-Toda y Terrero nació en La Rioja (España), y pertenece a la provincia jesuítica de Venezuela desde 1955. Es doctor en comunicación y tiene dos masters en economía y educación. Ha publicado libros sobre educación para los medios, espiritualidad del comunicador cristiano, publicidad, radio, comunicación grupal, cooperativismo, teología y comunicación. Actualmente es Director del "Centro Interdisciplinare sulla Comunicazione Sociale" en la Pontificia Universidad Gregoriana (Roma) (CICS-PUG) PONTIFICIA UNIVERSITÀ GREGORIANA Piazza della Pilotta, 4; 00187 Roma, Italia Tel +39-6-6701.5355; Fax +39-6-6701.5413 <martinezdetoda@unigre.it> <www.unigre.it/cics>

formación religiosa, la edad, el nivel económico, la mayor o menor educación, la proveniencia rural o urbana, el haber tenido una experiencia religiosa fuerte recientemente, como una conversión? (White 1997: 1-2).) Cómo incide todo esto en la espiritualidad y en el actuar del comunicador cristiano?

Hay una larga tradición entre los católicos de usar el término *espiritualidad*. Recientemente ha sido adoptado por protestantes, por académicos de otras religiones, y aun por secularistas y marxistas (Principe 1993: 931). También es un término, que ha comenzado a usarse a nivel más popular fuera del ámbito estrictamente religioso. Por todo ello se le ha dado una gran variedad de acepciones (Larkin 1998: 1170; Matanic 1983). Su concepto está muy relacionado con términos como *religión*, lo *sagrado*, lo *secular*...

Hay dos enfoques fundamentales para el estudio de lo espiritual. Aquí se tratará con más amplitud el de los estudios religiosos seculares. Al final se aludirá al enfoque de los estudios confesionales, indicando los problemas que se suscitan entre ambos enfoques y su posible complementariedad.

El enfoque de los **estudios religiosos seculares** examina la espiritualidad desde un ángulo estrictamente académico sin un compromiso de fe (cfr. Principe 1993: 934). Para definir lo *espiritual*, lo *sagrado* y la *religión* acuden a diversos autores, como Marx (1963: 41-42, 84; *Das Kapital*, pp. 84-85), Freud (1975: 58, 321; 1985: 195-204, 213, 231), Durkheim (1975: 178 et al.), Weber (1968: 408-409, 424, 609, 630), Sheler (1972) y Brugger (1988). Otros se lanzan a dar su propia definición de espiritualidad (Berman 1981; Hardy 1984; Gyatso, el 141 Dalai Lama, 1996, habla de una espiritualidad *laica*).

Otros prefieren buscar el significado de esos términos en el uso ordinario que le da el hombre de la calle. Ha habido relativamente bastantes estudios sobre lo religioso en el film. Sin embargo, hay muy pocos sobre lo religioso en los otros medios audiovisuales. En esta última década del s. XX es cuando se está comenzando a estudiarlo en éstos. El presente estudio se fija especialmente en estos medios audiovisuales, y sobre todo en la televisión. Recoge los resultados de investigaciones de campo recientes, hechas una en Chile y otra en Quebec. Asimismo presenta un resumen de otras investigaciones hechas en Europa y EE.UU.

1. Resultados de un estudio chileno

En un estudio reciente sobre espiritualidad-televisión-jóvenes Lagomarsino y Zorzuri (1998: 18) han querido proceder expresamente sin “una perspectiva confesional o religiosa determinada”. Pero ellos reconocen que “para las mayorías latinoamericanas, independientemente de la adscripción creyente, religiosa o no religiosa, la Biblia y la palabra o mensaje de Jesús constituyen innegablemente una fuente principal de referencia, que ofrece una forma de... vivir la espiritualidad” (Lagomarsino y Zorzuri 1998: 29). Ellos recogen de los

numerosos libros de gran venta de la chilena Miranda (1984, 1995 y 1997) lo que ellos consideran podría ser la esencia de la espiritualidad en Chile. Es ésta: “El espíritu es la capacidad de amar. Y este amar a los demás es un mandamiento que no se ha cumplido jamás. Y por eso el ser humano está mal y la humanidad también. Su espiritualidad está dormida. Luego la única forma de despertar el espíritu es amando a todos los seres humanos, tal como Dios nos ama” (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 30).

Lagomarsino y Zarzuri (1998) realizaron dos tipos de sondeos, cualitativo y cuantitativo, complementarios entre sí en Santiago de Chile. Para el sondeo cualitativo realizaron entrevistas focalizadas (*focus group*) a 25 jóvenes entre 15-29 años de diversos estratos socioeconómicos y distinto origen geográfico (urbano, semirural o semiurbano).

Una de las preguntas fué: “¿Qué es espiritualidad?” Para ellos es fuerza originaria, mirada interna, estar con otros (convivencia), búsqueda de sentido a la vida, y trascendencia (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 76-80). Es una vivencia individual y comunitaria, no necesariamente integrada en el orden institucional religioso. Es una vivencia principalmente de dar amor, apoyando a otras personas por medio del consejo, del consuelo y de la ayuda material. Ahí se integran también las *creencias*, como manifestación directa del espíritu; estiman que ellas pueden ser comunicadas por la televisión. Ponen como ejemplo los programas sobre Jesús de Navidad y Semana Santa. “Son programas que comunican verdades que conmueven” (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 107-109). Conciben la espiritualidad como un proceso en evolución, que es compartido, que se construye estableciendo relaciones honestas; donde cada uno pueda ser tal cual, pues se le respetan las diferencias; donde cada uno, inmerso en un medio social, pueda conservar su individualidad. Es un camino que se construye en base al amor.

La experiencia espiritual esencialmente se vive a nivel personal, pero puede coincidir con la de otros, cuando se está en convivencia. Corresponde a cierta idea de trascendencia, que se puede construir en la convivencia, en el amor y la tolerancia, practicando la verdad y siendo auténticos. Sin embargo, esto no se da. Por eso los jóvenes exigen un proyecto de construcción de humanidad distinto al que se ha desarrollado hasta ahora (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 103).

En el sondeo cuantitativo se pasó un cuestionario a 195 jóvenes de Santiago de Chile, representativos de la región metropolitana. He aquí algunas preguntas y respuestas: ¿Consideras que hay programas de TV que evocan un sentimiento espiritual? No (56%), Sí (34%), “No sé o no responde” (10%).

¿Qué programas tienen espiritualidad para Vd.? (En el sondeo cualitativo). Los elementos reconocidos como espirituales dentro de cualquier emisión televisiva son los que muestran solidaridad con los demás o establecen relaciones armónicas con los demás. Son los que ayudan a la gente, y los que intentan resolver problemas personales. El fútbol provoca en la gente un sentimiento de espiritualidad. Sobre la publicidad (comercial y no comercial) los jóvenes indican que hay una publicidad espiritual (pero minoritaria), ligada a la entrega de

valores. Pusieron dos ejemplos: una familia reunida en el campo tomando un jugo X; ante un teléfono marca Y se disfruta la amistad de dos viejitos que hace tiempo que no se ven y que no se atreven a hablarse. Pero reconocen que hay otra publicidad que no entrega ningún tipo de valor deseable (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 94-97). Sobre los noticieros el consenso mayoritario fue que no tienen o no muestran nada de espiritual.

Consideras que hay programas católicos que evocan un sentimiento espiritual? No (47%), Sí (39%), No sé o no responde (14%) (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 72-73). El sondeo cualitativo también indicó que la mayoría no considera los espacios religiosos como espirituales, porque no cuentan con la participación de la gente. Transmiten valores en forma unilateral, debilitando la internalización e identificación del televidente con lo que se dice y propone. Estos programas son de tipo conferencia. Por lo tanto, pueden ser aburridos y hasta incomprensibles. Los jóvenes perciben que existe algo de espiritualidad en el mensaje pastoral transmitido por televisión, aunque esto se pierde en algunos casos por la imagen que se tiene de las personas que transmiten este tipo de mensaje. Dicho mensaje puede ser muy sesgado en favor de grupos o clases sociales dominantes (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 107-109). La imagen que tienen de ellos es que en muchos casos no practican los preceptos que predicán. Les falta autenticidad y verdad.

“Hay una extendida, clara y sólida opinión de que la espiritualidad puede ser vivida fuera de la(s) iglesia(s). Esta opinión se ve apoyada por una fuerte crítica a ésta(s) y a la religión... Consideran a las iglesias como opresoras, al tener tantas reglas, que no dejan mucha libertad” (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 81-82). En las entrevistas se vio que opinan lo mismo de los programas religiosos tanto de católicos como de otras denominaciones religiosas. Indican que la Iglesia (de católicos o protestantes), no brinda espiritualidad, “no tiene pasta para lo espiritual”, pues se manifiesta como opresora y reacia a admitir las diferencias.

Lo recogido como definición de la espiritualidad en los jóvenes no está necesariamente ligada a la actividad religiosa. Ellos se perciben como personas más o menos religiosas o poco religiosas; y se inclinan fuertemente a pensar que la Iglesia no es el único vehículo para llegar a Dios, que no necesitan pantallas entre Dios, ellos y todos los demás. A pesar de esto, consideran que la religión continuará siendo relevante y que la institución Iglesia no desaparecerá (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 107-109).

En cambio señalan dos formas de encontrarse con la espiritualidad. Una es a través de la *introversión*. La otra busca *espacios* solitarios (como la propia habitación) y otros espacios *inspiradores*, como el contacto con la naturaleza, las largas caminatas y el andinismo, que permiten cierta tranquilidad (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 82).

Como se ve, no hay rechazo contra el mensaje cristiano como tal, sino contra la forma en que se presenta, o como ellos indican, contra el lenguaje utilizado.

¿Qué se debe hacer para que los programas tengan algún contenido espiritual? Usar bien el lenguaje en los programas de contenido. “Las posibilidades de la televisión están en el buen uso del lenguaje televisivo. Los mensajes transmitidos deben contener entretención y educación

a la vez” (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 106).

¿Qué recomiendan para mejorar un lenguaje, que transmita mejor lo espiritual? Atreverse a decir lo que hay dentro (honestidad); lo importante no es hablar de valores (en abstracto) ni rezar, sino presentar cosas concretas; lograr cambios perdurables de actitud a través de la presentación de modelos que encarnen valores; crear algo a partir de la nada (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 100).

Lo espiritual se da cuando los programas comunican emociones, e incitan a ser partícipe de lo que en la pantalla ocurre. Esto ocurre en los programas donde se invita a la gente a que cuente sus problemas. En ellos el televidente experimenta a través del testimonio de otras personas su *humanidad*, su solidaridad y compasión. Hay otros programas que son de consulta. En éstos se aceptan llamadas telefónicas, se escuchan los problemas de otras personas y personas expertas dan consejos.

Conviene hacer un despliegue de creatividad *sacando algo de la nada*, combinando lo que es entretenido con lo que es educativo y logrando de esta forma un cambio perdurable en las actitudes de los televidentes y no un momentáneo remordimiento de conciencia al enterarse del dolor ajeno. Los jóvenes exigen que se busque una combinación de lo que se entiende por espiritual y un contenido socializador en el amor.

El uso de secuencias corresponde a la idea evolutiva que los jóvenes tienen de la espiritualidad: ella es como un continuo proceso o recorrido, que se da a través de la socialización y de aprender a amar. Aprecian los programas, donde un grupo de invitados conversa temas tabú. Esto está profundamente relacionado con la idea de que la espiritualidad consiste en “ser tal cual uno es... sin inhibiciones” (Lagomarsino y Zarzuri 1998: 109).

Los autores reconocen la provisionalidad de tales resultados dado el carácter exploratorio de la investigación. Pero resultan indicativos para conocer el contexto actual religioso de jóvenes representativos de la zona metropolitana de Santiago de Chile.

2. Resultados de un estudio en Quebec

Otro estudio reciente se llevó adelante en **Quebec** (Canadá) con cuatro grupos de edades: jóvenes (10-20 años), jóvenes adultos (20-35), adultos *baby-boomers* (35-55: la generación de la abundancia) y los del comienzo de la tercera edad (55+). Se hicieron entrevistas a cerca de 300 hombres y mujeres de diferentes ambientes: urbano, semi-urbano y rural. La investigación cualitativa usó las historias de vida.

Sus entrevistados consideraban que las experiencias que percibían como *sagradas* eran *espirituales*, y que eran algo distinto de lo *religioso*. Al *sagrado*, para cualquier grupo de

edad, se relaciona con valores importantes, como dignidad humana, vida y niños (para los más adultos). En una sociedad secularizada lo sagrado es >lo que no podemos transgredir=, y en positivo >lo que respetamos profundamente=. De esta forma la secularidad y la religión se entrecruzan a través de los valores... La mayor parte de los entrevistados (excepto los mayores de 60 años) también diferencian entre *espiritualidad* y *religión*. La espiritualidad es *inscriptiva* (como opuesta a *prescriptiva*). Es un campo de exploración más personal, sin ningún magisterio ni ningún sistema de códigos y de doctrina. Es cierta mística relacionada con el Sí mismo (*Self*), la naturaleza y el cosmos. Dios no es un Ser personal, con Nombre, sino una Fuerza o Guía; a veces es un Ser Supremo. En cambio la *religión* se percibe como autoritaria y jerárquica." (Lefebvre 1997: 3).

Las sociedades tradicionales separan sexos y ponen juntas a las generaciones. En las sociedades modernas es lo contrario: disminuyen las diferencias entre los sexos y aumentan las generacionales. "No pensábamos que esta brecha generacional fuera tan fuerte" (Lefebvre 1997: 7). Lo que más diferencia hoy día a las personas no es la clase social o el sexo, sino la generación o la edad. Los años que indican una brecha generacional mayor son: los de 30 y 50 años. Los más jóvenes se caracterizan por falta de fe en todas las instituciones (religiosas, políticas...), y por una valoración mayor de lo individual (Lefebvre 1997: 6; ESTER 1993, estudio comparativo entre nueve países europeos y Norte América, citado por Van der Ven 1995).

El reportaje mostró que muchos jóvenes (de 13 a 19 años) sufren de una falta de modelos adultos, que puedan suministrar ejemplos significativos y constructivos. Pasan por una doble crisis: de creencia y de relación con otros (*otherness*). Les es difícil "creer en sí mismos, en el amor, en el futuro y en Dios" (Lefebvre 1997: 8). Esta doble crisis se refiere en parte a la falta de indicadores morales y espirituales claros y a la búsqueda de identidad, que según Erikson (1965, 1983), es algo típico de esta edad.

El holandés Johannes A. Van der Ven (1995) notó que el deísmo (Dios considerado vagamente como un poder superior) y el panteísmo van en aumento. Lo atribuye al cambio de una sociedad jerárquica a una igualitaria provoca también un cambio en las imágenes de Dios: Ya es más difícil verlo como el Señor, el Rey, el Padre. "Se nota que las personas que tienen ideas deísticas" (Lefebvre 1997: 3-4).

Teniendo en cuenta el esquema de White (1994), Lefebvre (1997: 4) vió que para los menores de 55 años, la *religión* se refiere a la primera tradición normativa de comunicación, llamada *corporatista* o de la Ley Humana Universal. En cambio la *espiritualidad* se refiere a la segunda tradición, la *libertaria*, y a la quinta, la de *rito y comunión*.

3. Otras investigaciones en Europa y EE.UU.

En Europa y EE.UU., se están llevando adelante también algunos estudios sobre este tema. He aquí un brevísimos resumen de sus conclusiones, algunas de las cuales coinciden con las anteriores:

- En un sentido muy amplio *espiritualidad* es la integración consciente y ordenada de experiencias *liminales* (Peters 1977; cfr. Hoekstra and Verbeek 1996: 163) (Éstas son las que llegan al *límite* o *umbral* de lo misterioso y desconocido, pero también maravilloso). La espiritualidad cultiva una actitud mental hacia la vida, que brota de una cierta visión de la vida humana y del mundo. Por eso parte siempre de una perspectiva concreta: cristiana, budista, atea.

- El problema también consiste en saber qué se entiende por *religioso* según su contenido o según esté interpretado por la audiencia. La palabra *religioso* tiende a ser usada más frecuentemente cuando hay preguntas-límite y últimas sobre el significado de la vida (White 1997: 6).

- Mucho depende de si se define la *religión* en sentido estricto o en sentido amplio. La religión en sentido *estricto* es creer en un ente sobrenatural, es pertenecer a una institución; este tipo de religión está declinando. En cambio la religión en sentido *amplio* es la construcción de universos o sistemas de significados que sirven para interpretar el mundo; hoy día crece y va hacia un tipo más personal, privado e individualizado de religión; es difícil cuantificarla (Thompson 1986: 2). Religión en sentido amplio es una realidad misteriosa, la conciencia de las profundidades de la existencia humana (Hoekstra 1997: 1). En este sentido muchos programas de los medios son religiosos, pues presentan esos temas. La gente se ha considerado religiosa (o espiritual, o en lo sagrado) al presenciar deporte (Price 1984: 190-191), al escuchar rock (Koenot 1997), y al meterse en aventuras de riesgo (Lebreton 1991).

- Hay varios tipos de religión (y moralidad). La *vieja* moral se basaba en la *obligación* y consideraba al cuerpo y al placer como malo y pecaminoso. (Especialmente la protestante reprimía lo visual: las imágenes, el cuerpo, la experiencia, los objetos, los ritos). La *nueva* ética empuja la moralidad del *placer* como un deber. Desde este punto de vista los medios desafían los valores religiosos tradicionales del deber y promueven el placer y la sensualidad. Asimismo los gustos y el estilo moderno de vida están en contraste con la vida tradicional y religiosa (Hoekstra 1997: 4). El dilema está entre el deber y el placer. Para otros la realidad última es el sonido, la armonía de la realidad (Berendt 1983: 179s).

- La religión *vieja* (llamada tradicional, ascrita, la del ser o pertenecer) se opone a la nueva (llamada contemporánea, de transición, que busca y se apropia). Ésta se distingue por un descenso en la autoridad y en lo institucional, y en un ascenso de la autonomía personal (Roof 1993; Warner 1993, cfr. Hoover 1997: 5). En Brasil tiene mucho éxito el *aerobics* religioso.

- El alemán H. Mynarek (1983: 1, 21, 83-85, 239-241) propuso sus conclusiones en

algunos de estos slogans, que resumen las etapas cronológicas de la nueva religiosidad: 11 “Religiosidad, sí; religión monoteísta, no”. 21 “A Jesús, sí; iglesia, no”. 31 “Dios impersonal, sí; Jesús, no”. 41 “Religiosos sin Dios”. 51 “La religión ecológica será la religión del futuro”.

- Para Barth y Bonhoeffer (ambos protestantes) y sus seguidores la palabra *religión* y todas las formas de religiosidad tienen una connotación negativa. En cambio para la teología católica hay una relación dialéctica entre religión y fe, que nunca acaba en rechazo absoluto (Henau 1997: 4). Los protestantes, hebreos y musulmanes enfatizan la discontinuidad radical de Dios y el mundo. En cambio los católicos ven toda la creación como una metáfora: todo es gracia (Greely 1995: 15, citado por D. O'Brien 1995 y Malone 1997: 15; Greeley 1996: 21-26).

- La religión hoy día es menos sobre doctrina y más sobre espiritualidad, menos sobre revelación y más sobre lo que significa para mí, menos como pertenecer y más como hacer (Marty 1991, cfr. Hoover 1997: 12).

- Los programas religiosos preferidos no son los de tipo charla, en que se habla de la biblia, se rezan oraciones, o se dan enseñanzas y sermones; éstos son buenos para grupos reducidos. Los preferidos son los de narrativa, pues son aptos para todos (Soukup 1997: 43).

4. La espiritualidad en la Iglesia Católica

En la Iglesia Católica se ha estudiado mucho la espiritualidad cristiana y las diversas escuelas de espiritualidad existentes en ella: franciscana, benedictina...

El enfoque usado es el de la espiritualidad dentro de una comunidad de fe, que responde a una **revelación aceptada como normativa**. Tal espiritualidad con fe incide en las áreas de actitudes, conductas y conocimientos, y se acerca a un plano real y experiencial.

En general **espiritualidad** se entiende como una existencia religiosa comprometida. El elemento más importante de esta espiritualidad con compromiso de fe es la *experiencia personal* de Dios. De esa experiencia vienen un *entendimiento* y una comprensión también personales de esa relación con Dios, así como una *actitud* básica, práctica y habitual, que gobierne la *vida* del sujeto. Y así hay una espiritualidad hindú, budista, musulmana o cristiana.

La espiritualidad **cristiana** es la forma en que una persona, que está animada por la presencia viva y por la acción del Espíritu de Cristo, reacciona y actúa habitualmente de acuerdo a Él (Alphonso 1994: 14-15). De esta forma la espiritualidad cristiana abarca toda la persona humana (cuerpo, alma, espíritu) (Principe 1993: 932). Para S. Pablo una persona es *espiritual* (o *pneumática*), cuando todo su ser y toda su vida están ordenados, dirigidos e influenciados por el *Espíritu de Dios* (Πνεύμα Θεού, *Pneuma Theou*; *Spiritus Dei* -- ver 1 Cor 2:12, 14) (cfr. Principe 1993: 931). Es la actualización del espíritu de Jesús (Sobrino 1985: 8). La renovación de la teología bíblica y una mayor conciencia de la pneumatología en Occidente ayudaron a ver la importancia de S. Pablo (Rom 8:29, 16-17) en la espiritualidad.

Además de este enfoque paulino de espiritualidad cristiana, hay también otros enfoques muy diversos entre sí. La diversidad mayor se dió entre protestantes y católicos, especialmente en lo relativo a gracia/obras, palabra/sacramento, y eclesiología. La espiritualidad católica actual se deriva del Vaticano II (Príncipe 1993: 933).

Al comparar esta espiritualidad cristiana con la secular, surgen varias preguntas. Si más y más gente está buscando una nueva religiosidad, ¿dónde se equivocaron los cristianos? ¿Cómo vencer el aparente choque entre la religión vieja y la nueva, entre los teólogos y los encargados del entretenimiento de los medios? ¿Cómo puede la Iglesia cumplir hoy su misión de predicar a Cristo en la actual cultura mediática y a través de los medios masivos? ¿Qué espiritualidad debe tener el comunicador cristiano, de forma que su vida interior y su predicación del evangelio tengan en cuenta las nuevas tendencias de la espiritualidad juvenil frente a los medios? ¿Cómo compaginar una espiritualidad con fe en Dios con la de los estudios seculares? ¿Cómo puede responder el comunicador cristiano a los retos de los datos aportados y a las exigencias del joven de hoy?

Varios autores ofrecen recomendaciones generales sobre cómo debe ser la espiritualidad cristiana hoy. En El Salvador **Jon Sobrino** (1985) dice que “ la vida espiritual significa vivir la historia con espíritu de apertura, de disponibilidad, de fidelidad... La verdadera vida espiritual implica un *espíritu de santidad*, que no es otra cosa que el compromiso real con los pobres”.

En Italia **Goffi** (1987) caracteriza la espiritualidad del futuro en comparación con la del pasado. Ésta consistía en una exposición doctrinal sistemática, que tendía a señalar de forma completa cómo se alcanzaba la santidad de forma progresiva. En cambio la espiritualidad contemporánea prefiere partir de la propia experiencia existencial y vocacional, intentando imprimir en ella una configuración evangélica propia. Pero señala que la espiritualidad del mañana será más ecuménica, o sea más católica (universal) de hecho, pues tratará de comprender la multiforme riqueza espiritual que el Espíritu suscita.

En Estados Unidos **Au** (1989) considera que la espiritualidad debe ser holística e integrada. Debe buscar convertir la fe de una persona en un elemento dinámico que afecte todas las dimensiones de su vida cotidiana, de forma que no sea meramente un asentimiento intelectual de verdades abstractas.

Finalmente los chilenos **Arroyo, Silva y Verdugo** (1992) plantean que toda fe requiere complementariamente una ideología. Ellos la entienden como un sistema de mediaciones para instaurar en la realidad los valores que ella representa. Esto exige estar alerta sobre el uso que otras ideologías pueden hacer de la religión misma. Ésta puede ser utilizada como instrumento para defender o implantar un determinado orden social. En este caso la espiritualidad misma alimentará las palabras y la acción, y desde allí se hará una lectura de las ideologías”.

El reto es aplicar estas recomendaciones al trabajo del comunicador cristiano en los medios. **White** (1997: 16) ha comenzado a abordar el tema analizando el choque y el conflicto

constante entre los teólogos y la religiosidad popular, entre los teólogos y los profesionales del entretenimiento. Pero inmediatamente plantea una negociación en camino que se está dando entre ellos.

La negociación consiste básicamente en que mutuamente han comenzado a prestarse elementos discursivos. Esto lo hacen por encarar los mismos enemigos ideológicos. El cine y la TV toman arquetipos de la religión institucional, porque ésta ha mostrado desentenderse de ideologías dominantes. Ante las acusaciones de ser una iglesia hipócrita en la predicación pero vendida al capitalismo, surgió la teología de la liberación al final de la década de los >60.

De forma parecida la Iglesia como comunidad se ha acercado a la cultura popular. Al mismo tiempo que la contra-cultura de los >60 encontraba sus símbolos en el rock, los jeans, la cabellera y el vestido descuidados, la Iglesia incorporaba también símbolos de cultura popular, como ritmos modernos en su música religiosa, guitarras en las misas, vestido no clerical en sacerdotes y monjas, curas obreros, eliminación de símbolos de poder y fastuosidad, crecimiento de movimientos eclesiales, que no quieren ser ni siquiera institutos seculares para no caer dentro del derecho canónico; “Fe y Alegría comienza donde acaba el asfalto”. Casi nadie quiere salirse de la institución, pero la simbología eclesial está cambiando.

Por lo tanto, así como la industria de la cultura mediática adopta arquetipos religiosos, sin que esto signifique la adopción cerrada de una Iglesia institucional, así también ésta busca una cultura popular, que no forme parte de la industria cultural masiva *pop*; prefiere una cultura, que sea más alternativa y hasta en cierta forma opuesta a la industria (White 1997: 23).

El modelo de Iglesia especialmente cuestionado según los resultados de las investigaciones sobre religión y cultura es el institucional. A pesar de las reservas contra el modelo institucional, el éxito del Papa Juan Pablo II, como figura carismática, es enorme especial y precisamente entre los jóvenes. Él se acerca al corazón del mundo como defensor de la vida, liberador de la verdad oprimida, descubridor de la mentira e hipocresía, y símbolo de lo trascendente.

En cambio hoy día se prefieren los modelos secular-diálogo y el de comunidad; la Iglesia como mensaje y sacramento son vistos con indiferencia. La nueva espiritualidad deberá tener en consideración estos datos, y desarrollar especialmente los modelos secular-diálogo y de comunidad. El de la Iglesia sacramento tiene grandes posibilidades por el simbolismo que encierra y porque ahí se toca más de cerca lo trascendente y sagrado.

El lenguaje de los programas religiosos de los medios debe ser cambiado, para que lleguen a ser aceptables y espirituales; el lenguaje del hombre mediático es diverso del lenguaje anterior. Deberán ser intensificados el espíritu de santidad, de autenticidad y de cercanía a los demás, especialmente a los más pobres y necesitados. Hay diferencias geográficas entre las espiritualidades más o menos secularizadas; las soluciones se deben adaptar a cada contexto.

Por otra parte el problema religioso de los jóvenes no se puede estudiar aislado, sino dentro de todo el cambio cultural, al que contribuyen precisamente los medios. Los jóvenes son ya tan distintos, que Mead (1971: 105-106) los llamó ya hace tiempo “la primera generación nacida en un país nuevo”. Serían los primeros bautizados en esta nueva cultura mediática.

En el campo más específico de la espiritualidad el reto es también cómo empaparse de una espiritualidad, que esté al acceso tanto del comunicador cristiano como del público joven de hoy. El libro recién terminado (Martínez-de-Toda 1999) ha sido un primer paso hacia eso.

Bibliografía

- Alphonso, Herbert (1994) *Living our Spirituality in Depth and in a Uniquely Personal Way*. Rome: Religious of Jesus and Mary Generalate.
 - Arroyo, Gonzalo; Silva, Joaquín; y Verdugo, Fernando (1992) *Por los caminos de América... Desafíos socio-culturales a la nueva evangelización*. Santiago de Chile: Paulinas.
 - Au, Wilkie (1989) *Por el camino del corazón. Hacia una espiritualidad cristiana holística*. Santiago de Chile: Criterio y Paulinas.
 - Berendt, Joachim-Ernst (1983) *Nada Brahma*, Franckfurt.
 - Berman, Marshall (1981) *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI.
 - Brugger, Walter (1988) *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Herder.
 - Durkheim, Emile (1975) *Durkheim on Religion: A selection of readings with bibliographies and introductory remarks*. W. S. F. Pickering ed. London: Routledge and Kegan Paul.
 - Erikson, Erik Homburger (1965) *Childhood and Society*. Harmondsworth: Penguin Books.
 - -----, *Identity: Youth and Crisis* (1983) London: Faber and Faber.
 - Freud, Sigmund (1975) *The Psychopathology of Everyday Life*. Volume 5 of the Pelican Freud Library. Harmondsworth: Penguin.
 - -----, (1985) *Civilization, Society and Religion: Group Psychology, Civilization and its Discontents and other works*. Penguin Freud Library. Vol. 1. Translated from the German under the general editorship of James Strachey. Volume editor Albert Dickson. Harmondsworth: Penguin.
 - Goffi, Tullo (1987) *La experiencia espiritual hoy. Líneas esenciales de la espiritualidad cristiana contemporánea*. Salamanca: Sígueme.
 - Greeley, Andrew M. (1996) "The Catholic Imagination and the Catholic University", en Paul A. Soukup ed. *Media, Culture and Catholicism*. Kansas City: Sheed and Ward.
 - Gyatso, Tensin (el 141 Dalai Lama) (1996) "Una espiritualidad laica", en *Uno mismo*, N. 78, Santiago de Chile. Entrevista realizada por Jean-Claude Carrière, autor también de *Violence and compassion: conversations with the Dalai Lama*.
 - Hardy, Alister (profesor de filosofía en Oxford) (1984) *La naturaleza espiritual del hombre. Estudio sobre la experiencia religiosa contemporánea*. Barcelona: Herder.
 - Henau, E. (1997) *Popular Religion and "Theology and Communication": A Religion and Popular Culture*. September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Hoekstra, Henk (1997) *The Sources of a New Praxis. Media Education from the Viewpoint of Popular Culture and Religion*, Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Hoekstra, Henk; y Verbeek, Marjeet (1996) *Possibilities of Audiovisual Narrative for*
-

- Moral Formation", en Paul A. Soukup ed. *Media, Culture and Catholicism*. Kansas City: Sheed and Ward.
- Hoover M., Stewart (1997) *Evangelicalism and the Religion of the Media Age*. Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Koenot, Jan (1997) *Rock Music and Religious Experience*. Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Larkin, Ernest E. (1998) "Spiritualità", en L. Borriello, E. Caruana, M.R. del Genio, y N. Suffi, a cura di, *Dizionario di mistica*, Città del Vaticano: Vaticana, pp. 1170-1172.
 - Lebreton, David (1991) *Passions du risque*. Paris: Métailié.
 - Lefebvre, Solange (1997) *Generations and Religion in medias and popular culture* (First Draft). Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Malone, Peter (1997) *How Religious Film and Television Criticism have taken on a High Arts Bias*. Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Martínez-de-Toda y Terrero, José (2002) *El comunicador cristiano hoy (su espiritualidad, sus alternativas, su teología y su camino ignaciano)*. Roma: PUG.
 - Martínez-de-Toda y Terrero, José (2002) *Teología y comunicación*. Roma: PUG.
 - Marx, Karl (1963) *Selected Writings in Sociology and Social Philosophy*, edited by T. B. Bottomore and Maximilian Rubel. Harmondsworth: Pelican.
 - ----, *Das Kapital*. Translated by Ben Fowkes. London: Penguin
 - Matanic, A. (1983) "Espiritualidad", en Ermanno Ancilli, ed. *Diccionario de espiritualidad*. Barcelona: Herder.
 - Mead, Margaret (1971) *Cultura y compromiso*. Bs. Aires: Granica.
 - Miranda, Mercedes (1984, 170 edición en 1997) *Amar es el éxito*. Santiago de Chile: Cadena del Amor. (Tiene además otros diez libros dedicados a los mensajes de Jesús).
 - Mynarek, Hubertus (1983) *Religiös ohne Gott? Neue Religiösität der Gegenwart in Selbstzeugnissen*.
 - Price, Joseph (1984) "The Super Bowl as Religious Festival", *Christian Century*. 22 February.
 - Principe, Walter H. (C.S.B.) (1993) "Christian Spirituality", in Michael Downey, ed. *The New Dictionary of Catholic Spirituality*. Collegeville, Minnesota: The Liturgical Press.
 - Roof, Wade Clark (1978) *Community and Commitment*. New York: Elsevier Press.
-

- Scheler, Max (1972) *El puesto del hombre en el cosmos*. Buenos Aires: Losada.
 - Sobrino, Jon (1985) *Liberación con espíritu. Apuntes para una nueva espiritualidad*. Santander: Sal Terrae.
 - Sudbrack, Josef (sj) (1990) *La nueva religiosidad. Un desafío para los cristianos*. Madrid.
 - Thompson, Ian (1986) *Religion: Sociology in Focus*. London: Longman.
 - Van der Ven, Johannes A. (1995) *Dieu en ville*. Conference. Société Internationale francophone de théologie pratique. August 1995. Quebec.
 - Warner, R. (1993) "Work in progress toward a new paradigm for the sociological study of religion in the United States". *American Journal of Sociology*. Volume 98, N. 5 (March), 1044-93.
 - Way, Maria (1997) *The Sacred in the Everyday*. Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
 - Weber, Max (1968) *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. New York: Bedminster Press.
 - White, Robert A. (1994) "Communication: Meaning and Modalities." En *The Church and Communication*, ed. Patrick Granfield. Kansas City: Sheed and Ward, 1994.
 - ----, (1997) *Mass Popular Art and Religious Experience*. Eighth International Conference on "Theology and Communication": "Religion and Popular Culture". September. Organized by CICS-PUG (Rome). Albano, Italy.
-