

SCRIPTA THEOLOGICA

Diciembre 2012
VOLUMEN 44
NÚMERO 3

REVISTA DE LA FACULTAD DE TEOLOGÍA
DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA / PAMPLONA / ESPAÑA



Universidad
de Navarra

ESTUDIOS

Juan F. SELLÉS

El hombre como relación a Dios según Kierkegaard / 561-582

Piotr ROSZAK

La hipocresía y sus peligros. El sermón *Attendite a falsis* de Tomás de Aquino / 583-611

José R. VILLAR

La hermenéutica del Concilio Vaticano II / 615-640

Javier SÁNCHEZ-CAÑIZARES

La actividad humana en la perspectiva del Concilio Vaticano II / 641-669

NOTAS

Antonio ARANDA

Renovación de la Iglesia y nueva evangelización / 675-692

Jesús SANZ MONTES

Evangelización de los nuevos areópagos / 693-718

Santiago CAÑARDO

Nueva experiencia de evangelización: la preparación de adultos para el bautismo / 719-737

Juan M. MORA

Diez claves para la comunicación de la fe / 739-749

SCRIPTA THEOLOGICA

REVISTA CUATRIMESTRAL DE LA FACULTAD DE TEOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA
PAMPLONA. ESPAÑA / FUNDADA EN 1969 / ISSN: 0036-9764
DICIEMBRE 2012 / VOLUMEN 44

DIRECTOR / EDITOR

César Izquierdo
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
direct.scripta@unav.es

CONSEJO EDITORIAL EDITORIAL BOARD

SUBDIRECTOR
Gregorio Guitián
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
gguitian@unav.es

VOCALES
Juan Luis Caballero
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
jcaballero@unav.es

Miguel Brugarolas
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
mbrugarolas@unav.es

Jorge F. Herrera
UNIVERSIDAD DE NAVARRA
jherrera@unav.es

SECRETARIO Eduardo
Flandes UNIVERSIDAD
DE NAVARRA
eflandes@unav.es

CONSEJO ASESOR / ADVISORY BOARD

Pio Alves UNIVERSIDADE
CATÓLICA PORTUGUESA, BRAGA
(PORTUGAL)

Ysabel de Andía
CENTRE NATIONAL
DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE,
PARIS (FRANCE)

Albino Barrera OP
PROVIDENCE COLLEGE,
RHODE ISLAND (USA)

Santiago del Cura
FACULTAD DE TEOLOGÍA DEL NORTE
DE ESPAÑA, BURGOS (ESPAÑA)

Juan Miguel Díaz Rodelas
FACULTAD DE TEOLOGÍA
"SAN VICENTE FERRER",
VALENCIA (ESPAÑA)

Hubertus R. Drobner
THEOLOGISCHE FAKULTÄT
PADERBORN (DEUTSCHLAND)

Santiago García-Jalón
UNIVERSIDAD PONTIFICIA
DE SALAMANCA (ESPAÑA)

Lucas F. Mateo-Seco
UNIVERSIDAD DE NAVARRA (ESPAÑA)

Philippe Molac, PSS
INSTITUT CATHOLIQUE DE TOULOUSE
(FRANCE)

Michael J. Naughton
UNIVERSITY OF ST. THOMAS,
MINNESOTA (USA)

Patricio de Navascués
FACULTAD DE TEOLOGÍA "SAN
DÁMASO", MADRID (ESPAÑA)

Paul O'Callaghan
PONTIFICIA UNIVERSITÀ DELLA
SANTA CROCE, ROMA (ITALIA)

Manlio Sodi, SDB
UNIVERSITÀ PONTIFICIA SALESIANA,
ROMA (ITALIA)

Marek Starowiejski
UNIwersytet Warszawski,
WARSZAWA (POLSKA)

Scripta Theologica es una revista general de teología. Publica artículos y revisiones bibliográficas de teología bíblica y sistemática, de patrología y de liturgia. Promueve un enfoque interdisciplinar y presta atención a los temas teológicos de actualidad. Las opiniones expuestas en los trabajos publicados por la Revista son de la exclusiva responsabilidad de sus autores.

Scripta Theologica figura en los siguientes índices y bases de datos:

- European Reference Index for the Humanities (ERIH)
- SCOPUS (Elsevier)
- ATLA Religion Database
- Academic Search Complete (EBSCO)
- Directorio y Catálogo LATINDEX
- FRANCIS
- Maisons des Sciences de l'Homme - Revue de Sommaires (INIST)
- Index Theologicus (UB Tübingen)
- Index to Book Reviews in Religion
- Old Testament Abstracts
- Religion Index One
- Religious and Theological Abstracts
- Base d'Information Bibliographique en Patristique (BIBP)

Redacción y Administración
Edificio de Facultades
Eclesiásticas
Universidad de Navarra
31009 Pamplona (España)
T 948 425600
F 948 425633
sth@unav.es
www.unav.es/
scripta-theologica
Suscripciones
Encarna López
sth@unav.es
Edita
Servicio de Publicaciones
de la Universidad
de Navarra

Precios 2013
Unión Europea
1 año, 3 fascículos / 58 €
Número atrasado / 25 €
Otros países
1 año, 3 fascículos / 75 €
Número atrasado / 33 €
Fotocomposición
NovaText
Imprime
GraphyCems
D.L. BU 19-1969
Periodicidad
Cuatrimestral
Abril, agosto y diciembre
Tamaño 170 x 240 mm

SCRIPTA THEOLOGICA

DICIEMBRE 2012 / VOLUMEN 44

ESTUDIOS / RESEARCH STUDIES

Juan F. SELLÉS

El hombre como relación a Dios según Kierkegaard

561-582

Man as Relation to God According to Kierkegaard

Piotr ROSZAK

La hipocresía y sus peligros.

El sermón Attendite a falsis de Tomás de Aquino

583-611

Hypocrisy and its Dangers. The Sermon Attendite a falsis by Thomas Aquinas

CINCUENTA AÑOS DE CONCILIO VATICANO II

José R. VILLAR

La hermenéutica del Concilio Vaticano II

615-640

The Hermeneutics of the Second Vatican Council

Javier SÁNCHEZ CAÑIZARES

La actividad humana en la perspectiva del Concilio Vaticano II

641-669

Human Activity in the Second Vatican Council's Perspective

NUEVA EVANGELIZACIÓN

Antonio ARANDA

Renovación de la Iglesia y nueva evangelización

675-692

Renewal of the Church and New Evangelization

Jesús SANZ MONTES

Evangelización de los nuevos areópagos

693-718

The Evangelization of the New Areopagi

Santiago CAÑARDO

Nueva experiencia de evangelización:

la preparación de adultos para el bautismo

719-737

A New Evangelization Experience: The Preparation of Adults for Baptism

Juan M. MORA

Diez claves para la comunicación de la fe

739-749

Ten Keys for Communicating Faith

RECENSIONES / BOOK REVIEWS

- BRUGAROLAS, M., El Espíritu Santo: de la divinidad a la procesión. El desarrollo pneumatológico en los escritos dogmáticos de los tres grandes capadocios (J. I. Ruiz Aldaz) 753-756
- RATZINGER, J., Gesammelte Schriften: Kirche – Zeichen unter den Völkern. Schriften zur Ekklesiologie und Ökumene, 1. Teilband: Bd. 8/1, hrsg. v. Gerhard Ludwig Müller (P. Blanco) 757-761
- RATZINGER, J., Gesammelte Schriften: Kirche – Zeichen unter den Völkern. Schriften zur Ekklesiologie und Ökumene, 2. Teilband: Bd. 8/2, hrsg. v. Gerhard Ludwig Müller (P. Blanco) 762-767
- ARÓZTEGI ESNAOLA, M., La causa formal del matrimonio según San Buenaventura (IV Sent D 26) (G. Richi) 767-770
- O'CALLAGHAN, P., Christ Our Hope. An Introduction to Eschatology (J. F. Herrera Gabler) 770-774

RESEÑAS / REVIEWS

FILOSOFÍA

K. GIBERSON y M. ARTIGAS, Oráculos de la ciencia. Científicos famosos contra Dios y la religión / 777 //. J. M. BURGOS, Introducción al personalismo / 778.

HISTORIA

A. BRIGGMAN, Irenaeus of Lyons and the Theology of the Holy Spirit / 780 //. E. TORRES MORENO, «Areté»: La nobleza de vida. La interpretación teológica de la vida de Moisés de san Gregorio de Nisa / 781 //. L. GRANADOS, La synergia en San Máximo el Confesor. El protagonismo del Espíritu Santo en la acción humana de Cristo y del cristiano / 783 //. F. MANDREOLI, La teologia della fede nel De sacramentis Christianae fidei di Ugo di San Vittore / 784 //. J.-P. TORRELL, Saint Thomas d'Aquin. L'homme et son œuvre / 785 //. A. BEGASSE DE DHAEM, Théologie de la filiation et universalité du salut. L'anthropologie théologique de Joseph Wresinski / 786 //. A. CARPIFAVE, Storia della Chiesa Ortodossa Russa. Tra messianismo e politica / 787 //. H. ALFEYEV, L'Orthodoxie, II: La doctrine de l'Église orthodoxe / 788.

SAGRADA ESCRITURA

FLAVIO JOSEFO, Les Antiquités juives, Volume V: Livres X et XI / 791 //. P. CABELLO MORALES, «Tened cuidado y guardaos de toda codicia». Hacia una interpretación conciliadora del tema riqueza-pobreza en Lc-Hch a partir del análisis socio-retórico de Lc 12,13-34 / 792 //. D. DUIGOU, Los signos de Jesús en el Evangelio de Juan / 793 //. A. PIÑERO y G. DEL CE-

RRO (eds.), Hechos apócrifos de los Apóstoles / 794 // . R. I. PERVO, The Making of Paul. Constructions of the Apostle in Early Christianity / 795 // . W. SCHMITHALS, Nuovo Testamento e gnosi / 797 // . F. D'ALESSANDRO (ed.), Letture paoline. L'apostolo Paolo e la tradizione letteraria / 798.

TEOLOGÍA FUNDAMENTAL Y DOGMÁTICA

G. O'COLLINS S.J., Rethinking Fundamental Theology. Toward a New Fundamental Theology / 801 // . S. BULLIVANT, The Salvation of Atheists and Catholic Dogmatic Theology / 802 // . J. FLADER, Tiempo de preguntar. 150 cuestiones sobre la fe católica / 804 // . É. VETÖ, Du Christ à la Trinité. Penser les Mystères du Christ après Thomas d'Aquin et Balthasar / 805 // . J. PERSZON, Ecclesia semper reformanda? Kolegialno© Kościół w posoborowej eklezjologii amerykańskiej / 806 // . J. ESQUERDA BIFET (ed.), San Juan de Ávila. Escritos sacerdotales / 808 // . M. PIACENZA, El sello. Cristo, fuente de la identidad del sacerdote / 809 // . Soeur MARIE-ANCILLA, OP, Découvrir les Pères de l'Église à travers la Liturgie des Heures, Tome I: Les Pères avant Nicée / 810 // . M. CLAVERAS, La Pasión de Cristo en el cine / 811 // . J. TERÁN DUTARI, Sentir con la Iglesia. Caminos de la razón creyente / 813.

TEOLOGÍA MORAL Y ESPIRITUAL

L. DIOTALLEVI, Una alternativa alla laicità / 814 // . BENEDICTO XVI, Escuela de oración. Catequesis del Papa / 815 // . Cardinal F. ARINZE, Meeting Jesus and Following Him. A retreat given to Pope Benedict and the papal household / 816 // . L. FANZAGA, Il miracolo della conversione / 817.

LIBROS RECIBIDOS

819

ÍNDICE DEL VOLUMEN 44 (2012)

821

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

827

Diez claves para la comunicación de la fe

Ten Keys for Communicating Faith

RECIBIDO: 20 DE JUNIO DE 2012 / ACEPTADO: 29 DE JULIO DE 2012

Juan Manuel MORA

Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra
Pamplona. España
jmmora@unav.es

Resumen: Un elemento fundamental de la nueva evangelización es la comunicación de la fe teniendo muy presentes las circunstancias de la sociedad actual. Para ello es necesario tomar en cuenta las cualidades que deben acompañar a la comunicación para que esta sea eficaz. El autor ofrece una síntesis de diez principios que se han de tener en cuenta y que se refieren, respectivamente, al mensaje, a la persona que comunica y al modo de transmitir ese mensaje en la opinión pública.

Palabras clave: Comunicación pública, Evangelización, Credibilidad de la fe.

Abstract: Communicating Faith in the present society is a fundamental element of the New Evangelization. Thus, some qualities of communication must be taken into account for the sake of effectiveness. The author offers a synthesis of ten principles that should be considered and that refer to the message, the person who communicates and the way that message is transmitted to the public opinion.

Keywords: Public Communication, Evangelization, Credibility.

La comunicación de la fe formó parte desde el principio de la vida y de la misión de la Iglesia. Cristo le confió la misión de anunciar la «buena noticia», el Evangelio, el mensaje de la salvación. La comunicación de la fe es por eso una cuestión antigua, pero es también un tema de candente actualidad. Desde Pablo VI hasta Benedicto XVI, los Papas no han dejado de señalar la necesidad de comunicar la fe de la manera siempre más adecuada a cada tiempo ¹.

En nuestro tiempo, la comunicación de la fe se plantea en el contexto de la «nueva evangelización». La expresión la acuñó Juan Pablo II para designar la tarea de anunciar de nuevo el Evangelio en sociedades que ya fueron cristianas, pero que habían dejado o estaban en proceso de dejar de serlo. En ese contexto, sigue siendo interesante preguntarse por la razón del adjetivo «nueva», que se usa especialmente para referirse a la evangelización que tiene lugar en Europa y en América del Norte ².

Por una parte, la evangelización es *nueva* porque –como ya se ha afirmado– se dirige a culturas que ya fueron evangelizadas en el pasado ³. Volvemos a relatar nuestra historia a alguien que ya la conoce, aunque en muchos lugares de antigua tradición cristiana, se ha «perdido la memoria» de las propias raíces. Se siguen usando palabras cuyo sentido se ha olvidado. Así sucedió –y es un caso entre miles– cuando el periodista que comentaba la retransmisión de una celebración litúrgica presidida por el Papa afirmó: «en este momento, el diácono se dispone a *incinerar* a los asistentes». Lógicamente, quería decir *incensar*, pero confundió los términos.

A algo semejante se refiere el cardenal Ratzinger, en el libro-entrevista «*La sal de la tierra*», a propósito de la palabra «sagrario»: a muchos les resul-

¹ En la encíclica *Spe Salvi*, Benedicto XVI se pregunta acerca de la comunicación de la fe y la comunicación de la esperanza. Cfr. BENEDICTO XVI, *Spes Salvi*, 30-XI-2007, n. 2. Vid también PABLO VI, *Ecclesiam suam*, 6-VIII-1964; y JUAN PABLO II, *Redemptoris Missio*, 7-XII-1990, en particular el n. 38. La tercera parte de la exhortación apostólica de BENEDICTO XVI, *Verbum Domini* (30-IX-2010), titulada «Verbum mundo», se detiene de forma particular en el anuncio de la Palabra de Dios al mundo.

² JUAN PABLO II, *Discurso al Consejo de Conferencias Episcopales Europeas*, 11-X-1985. «Nueva evangelización, decía recientemente Benedicto XVI, se refiere a la exigencia de una nueva forma de anuncio, especialmente para quienes viven en una situación como la actual en la que el desarrollo de la secularización ha dejado profundas huellas también en países de tradición cristiana» (BENEDICTO XVI, *Discurso*, 31-V-2011).

³ Nos encontramos en algunos lugares antaño profundamente cristianizados con casos que se asemejan a lo que el Decreto *Ad gentes* (n. 11) denominaba «semillas del Verbo» en los pueblos no cristianos: realidades que tienen su origen en Dios y que a Él llevan, aunque carentes de ese sentido para los que las viven.

ta familiar, pero pocos conocen su significado ⁴. Esas personas tienen la vaga sensación de estar informadas y, por tanto, no perciben la necesidad de saber más. Ante ese escenario, Ratzinger concluye que la nueva evangelización comienza por suscitar una «cierta curiosidad por el cristianismo» ⁵, fomentar la demanda antes de presentar la oferta, diríamos en términos comerciales.

La evangelización es novedosa también en otro sentido. Juan Pablo II lo resumía diciendo que la comunicación de la fe ha de ser nueva «en su ardor, en sus métodos, en su expresión» ⁶. Aquí nos referiremos en particular a la novedad de los métodos ⁷.

Al tratar estos temas es legítimo plantearse una pregunta preliminar: ¿Es posible comunicar la fe en un contexto plural, democrático, relativista y complejo? ¿Vale la pena esforzarse por difundir el mensaje cristiano en una sociedad que desconoce el léxico necesario para descifrarlo? ¿Puede llegar ese mensaje a culturas construidas sobre otras bases, con otros paradigmas, que tienen su propia jerarquía de valores y su propia agenda de intereses?

Hay factores externos que obstaculizan la difusión del mensaje cristiano, sobre los que es difícil incidir. Pero cabe avanzar en otros factores que están a nuestro alcance. En ese sentido, quien pretende comunicar la experiencia cristiana necesita conocer la fe que desea transmitir, y debe conocer también las reglas de juego de la comunicación pública. Porque así como existen leyes universales de la Física o de la Química, se pueden identificar también leyes de la comunicación, que poseen casi el mismo carácter universal, aunque de otro orden.

Partiendo, por un lado, de los documentos eclesiales más relevantes y, por otro, de la bibliografía esencial del ámbito de la comunicación institucional ⁸, articularé mis reflexiones en nueve principios que pueden ser no solamente útiles a la hora de comunicar la fe, sino de cuyo conocimiento y aplicación —esta es mi convicción más profunda— depende esencialmente la adecuada transmisión de la experiencia cristiana.

⁴ Cfr. RATZINGER, J., *La sal de la tierra*, Madrid: Rialp, 1997, 20.

⁵ *Ibíd.*

⁶ JUAN PABLO II, *Discurso a la II Asamblea del CELAM*, Puerto Príncipe, Haití, 9-III-1983.

⁷ Evidentemente, esta novedad tiene como función transmitir de una forma más eficaz un mensaje que nunca cambia, y que contiene en sí el germen de la vida eterna: la Palabra divina, expresada de un modo privilegiado en la Sagrada Escritura. Cfr. la primera parte de *Verbum Domini*, titulada «Verbum Dei».

⁸ Ver la bibliografía sugerida por Elena Gutiérrez en MORA, J. M. (ed.), *10 Ensayos sobre comunicación institucional*, Pamplona: Eunsa, 2009.

De estos principios unos se refieren al *mensaje* que se quiere difundir; otros, a la *persona* que comunica; y otros, finalmente, al *modo* de transmitir ese mensaje en la opinión pública.

1. PRINCIPIOS RELATIVOS AL MENSAJE

Ante todo, el mensaje ha de ser *positivo*. Los públicos atienden a informaciones de todo género, y toman buena nota de las protestas y las críticas. Pero secundan sobre todo proyectos, propuestas y causas positivas.

Un ejemplo de mensaje positivo es la afirmación de Juan Pablo II, en la Exhortación apostólica *Familiaris consortio*, de que la moral es un camino hacia la felicidad y no una serie de prohibiciones⁹. Esta idea ha sido repetida con frecuencia por Benedicto XVI, de diferentes maneras: Dios nos da todo y no nos quita nada; la enseñanza de la Iglesia no es un código de limitaciones, sino una luz que se recibe en libertad¹⁰.

Lo mismo queda ilustrado en un episodio cuyo protagonista es el Papa actual. Benedicto XVI viajó a Valencia en junio de 2006, con motivo de la Jornada Mundial de la Familia. Durante sus intervenciones, no hizo referencias críticas a la legislación española sobre la familia, que era conocida por su discutible base antropológica. En realidad, el Papa disponía de pocos minutos, solo dos homilías, dirigidas a una audiencia potencialmente universal. Si se hubiera limitado a exponer los puntos en los que la Iglesia discrepa del Gobierno español, no habría tenido tiempo de exponer todas las luces del Evangelio sobre la familia. No podía dedicar la mayor parte del tiempo a condenar; era preferible invertirlo en proponer, como así hizo, la rica enseñanza cristiana sobre el matrimonio y la familia. Ya llegaría el momento de denunciar esas leyes.

El mensaje cristiano ha de transmitirse como lo que es: un sí inmenso al hombre, a la mujer, a la vida, a la libertad, a la paz, al desarrollo, a la solidaridad, a las virtudes... Para lograrlo, antes hay que entender y experimentar la fe de ese modo. Es posible que a veces no se comunique con el enfoque adecuado porque el mensajero no termina de percibir la fe en todo su valor positivo.

⁹ «El orden moral no puede ser algo mortificante para el hombre, ni algo impersonal; al contrario, sostiene y guía a cada criatura hacia su felicidad» (JUAN PABLO II, *Familiaris consortio*, n. 34).

¹⁰ En este contexto, adquiere una importancia capital la temática tratada por Benedicto XVI en su encíclica *Deus caritas est* (25-XII-2005).

Adquieren particular valor en este contexto unas palabras del Cardenal Ratzinger: «La fuerza con que la verdad se impone tiene que ser la alegría, que es su expresión más clara. Por ella deberían apostar los cristianos y en ella deberían darse a conocer al mundo»¹¹. La comunicación mediante la irradiación de la alegría es el más positivo de los planteamientos. Lo contrario de un enfoque positivo es una actitud reactiva, que modela la propia visión del mundo en función del paradigma que critica y no en función de una propuesta constructiva. Lo dice la expresión popular: «enciende una lumbre y deja de maldecir la oscuridad».

En segundo lugar, el mensaje ha de ser *relevante*. Significativo para quien escucha, no solamente para quien habla. Al describir el coloquio de los ángeles entre sí, Tomás de Aquino afirma que hay dos tipos de comunicación: la *locutio*, un fluir de palabras que no interesan en absoluto a quienes escuchan; y la *illuminatio*, que consiste en decir algo que ilustra la mente y el corazón de los interlocutores sobre algún aspecto que realmente les afecta¹².

Comunicar la fe no es discutir para vencer, sino dialogar para convencer; es más, dialogar para mostrar mejor una Verdad que ilumina decisivamente nuestras vidas: la del que habla y la del que escucha. No se trata de derrotar a nadie. En el caso del aborto, por ejemplo, el esfuerzo se encamina a intentar que quien hoy está a favor llegue por su propia convicción y con su propia libertad a la conclusión de que lo mejor que puede hacer en este mundo es defender la vida. Porque, haciendo eso, valora y defiende su propia vida, que tiene un valor objetivo, para uno mismo y para los demás hombres.

El deseo de convencer sin derrotar marca profundamente la actitud de quien comunica. La escucha se convierte en algo fundamental: permite saber qué interesa, qué preocupa al interlocutor. Conocer sus preguntas antes de proponer las respuestas.

Lo contrario de la relevancia es la auto-referencialidad, uno de los grandes obstáculos de la auténtica comunicación. Limitarse a hablar de uno mismo no es buena base para el diálogo.

En tercer lugar, el mensaje ha de ser *claro*. La comunicación no es principalmente lo que el emisor explica, sino lo que el destinatario entiende. Sucede en todos los campos del saber (ciencia, tecnología, economía): para comunicar es preciso evitar la complejidad argumental y la oscuridad del len-

¹¹ RATZINGER, J., *La fiesta de la fe*, Bilbao: Desclée, 1999, 176.

¹² Cfr. PIEPER, J., *La fe ante el reto de la cultura contemporánea*, Madrid: Rialp, 1980, 132.

guaje. También en materia religiosa conviene buscar palabras sencillas y argumentos claros, que no quiere decir banales.

En este sentido, habría que reivindicar el valor de la retórica¹³, de la literatura, de las metáforas, del cine, de la publicidad, de las imágenes¹⁴, de los símbolos, para transmitir el mensaje cristiano. Una buena metáfora puede a veces ser más eficaz que una explicación muy razonada, como lo muestra la conocida anécdota de aquel político italiano, cuyo partido estaba atravesando un mal momento, que se vio acorralado por varios periodistas que le preguntaban, micrófono en mano, por la gravedad de la crisis. El político respondió con rapidez: «mi partido es como la torre de Pisa: siempre inclinada, nunca cae».

A veces, cuando la comunicación no alcanza su objetivo, se adopta una actitud equivocada y se traslada la responsabilidad al receptor: se considera a los demás como ignorantes, incapaces de entender. Más bien, la norma ha de ser la contraria: esforzarse por ser cada vez más claros, hasta lograr el objetivo que se pretende.

2. PRINCIPIOS RELATIVOS A LA PERSONA QUE COMUNICA

Para que un destinatario acepte un mensaje, la persona o la organización que lo propone ha de merecer *credibilidad*. Así como la credibilidad se fundamenta en la veracidad y la integridad moral, la mentira y la sospecha anulan en su base el proceso de comunicación. La pérdida de credibilidad es una de las consecuencias más serias de algunas crisis que se han producido en estos años¹⁵.

Por otra parte, en comunicación, como en economía, cuentan mucho los avales. El aval de un mediador (una autoridad en la materia, un observador

¹³ Entendida esta no simplemente como el arte de la mera persuasión (independientemente del valor objetivo del mensaje), sino como el arte de influir en las decisiones a tomar, sobre actos futuros, por parte de terceros, y en las que está en juego lo bueno o lo conveniente (cfr. PERELMAN, C. y OLBRECHTS-TYTECA, *Tratado de la argumentación*, §§ 6 y 9, Madrid: Gredos, 1989), o lo útil y lo honesto (cfr. QUINTILIANO, *Institutio oratoria* III.8.1, Oxford: Clarendon Press, 1970 en el que lo útil y lo honesto coinciden).

¹⁴ La Sagrada Escritura es un auténtico compendio de transmisión de la fe a través de imágenes. Véase, por ejemplo, COLLINS, R. F., *The Power of Images in Paul*, Collegeville (Minnesota): Liturgical Press, 2008.

¹⁵ Véase la discusión generada por el caso del libro dudosamente biográfico (*Me llamo Rigoberta Menchú y así me nació la conciencia*), de la guatemalteca premio Nobel de la Paz, en 1992, o el triste caso de los ministros sagrados, cuya vida no ha sido coherente con el mensaje que transmitían.

imparcial) representa una garantía para la opinión pública. Una persona, una institución, no pueden imponer su prestigio: tienen que ganárselo, con sus acciones socialmente responsables. Con otras palabras: nadie se avala a sí mismo ¹⁶. Existen instancias que, con mayor o menor fundamento, ejercen esa función evaluadora. En el ámbito de la opinión pública, ese aval lo otorgan principalmente los periodistas. Por eso, es crucial considerarlos como aliados, no como enemigos, en el proceso de comunicación. Ser conscientes de esa circunstancia lleva a participar en los debates de los medios de comunicación con una actitud serena y humilde, sin la arrogancia de quien se considera, por así decir, última instancia *super partes*.

El segundo principio es la *empatía*. La comunicación es una relación que se establece entre personas, no un mecanismo anónimo de difusión de ideas. El Evangelio se dirige a personas: políticos y electores, periodistas y lectores. Personas con sus propios puntos de vista, sus sentimientos y sus emociones. Cuando se habla de modo frío, se amplía la distancia que separa del interlocutor. Una escritora africana ha afirmado que la madurez de una persona está en su capacidad de descubrir que puede «herir» a los demás y de obrar en consecuencia ¹⁷.

Nuestra sociedad está superpoblada de corazones rotos y de inteligencias perplejas. Hay que aproximarse con delicadeza al dolor físico y al dolor moral. La empatía no implica renunciar a las propias convicciones, sino ponerse en el lugar del otro. En la sociedad actual, convencen las respuestas llenas de sentido y de humanidad.

El tercer principio relativo a la persona que comunica es la *cortesía*. La experiencia muestra que en los debates públicos proliferan los insultos personales y las descalificaciones mutuas. En ese marco, si no se cuidan las formas, se corre el riesgo de que la propuesta cristiana sea vista como una más de las posturas radicales que están en el ambiente. Aunque quizás pueda parecer una posición ingenua, se debe evitar que eso suceda. La claridad no es incompatible con la amabilidad. No es solo una cuestión de ética y de caridad. Existen también numerosas razones profesionales que confirman que la dialógica es pre-

¹⁶ La retórica antigua da una importancia fundamental, cara a la eficacia del mensaje, al *ethos*, al carácter moral del orador (ARISTÓTELES, *Retórica* 1.2.2; 1356a.). Pero está terminantemente prohibido alabarse a uno mismo, salvo en unos casos muy concretos: véase PLUTARCO, «De cómo alabarse sin despertar envidia», en *Obras morales y de costumbres (Moralia)*, VII, Madrid: Gredos, 1996, 80-107.

¹⁷ Cfr. OGOLA, M., *El río y la fuente*, Madrid: Rialp, 2000.

ferible a la dialéctica. Con amabilidad se puede dialogar; sin amabilidad, el fracaso está asegurado de antemano: quien era partidario antes de la discusión, lo seguirá siendo después; y quien era contrario raramente cambiará de postura.

De modo semejante a aquel cartel situado a la entrada de un «pub» inglés en el que se leía: «En este local son bienvenidos los caballeros. Y un caballero lo es antes de beber cerveza y también después», también se debe poder decir que un caballero lo es cuando le dan la razón y cuando le llevan la contraria. En definitiva, el principio de la cortesía ayuda a evitar la trampa de la radicalidad y la violencia verbal ¹⁸.

3. PRINCIPIOS QUE SE REFIEREN AL MODO DE COMUNICAR

El primero es la *profesionalidad*. *Gaudium et Spes* recuerda que cada actividad humana tiene su propia naturaleza, que es preciso descubrir, emplear y respetar, si se quiere participar en ella (cfr. n. 36). Cada campo del saber tiene su metodología; cada actividad, sus normas; y cada profesión, su lógica. Por eso, si se quiere evangelizar las tareas, realidades y actividades humanas, ha de llegar a hacerse desde dentro. El Concilio Vaticano II recordó que corresponde a los laicos —bien formados y muy unidos en lo fundamental— llevar a cabo esta tarea evangelizadora de las realidades temporales, contando con el utillaje argumentativo propio de cada actividad.

San Josemaría Escrivá, «el santo de lo ordinario» ¹⁹, recordaba que es cada profesional, comprometido con sus creencias y con su profesión, quien ha de encontrar las propuestas y soluciones adecuadas ²⁰. Si se trata de un debate parlamentario, con argumentos jurídicos; si de un debate médico, con argumentos científicos; y así sucesivamente. Son, por tanto, los parlamentarios, los empresarios, los periodistas, los profesores, los guionistas, los que conocen y ejercen una actividad humana quienes pueden introducir mejoras prácticas en sus respectivos ámbitos profesionales.

Este principio se aplica a las actividades de comunicación, que están conociendo un desarrollo extraordinario en los últimos años, tanto por la cali-

¹⁸ De muy útil consideración son aquí las reflexiones de MARTÍ, M. A., en sus libros: *La convivencia* (Barcelona: Eiunsa, 1996), y *El encuentro* (Madrid: Eiunsa, 2004).

¹⁹ JUAN PABLO II, *Homilía en la ceremonia de canonización de San Josemaría Escrivá de Balaguer*, Roma 6-X-2002.

²⁰ *Conversaciones con Mons. Escrivá de Balaguer*, 21 ed., Madrid: Rialp, 2003, número 117.

dad creciente de las formas narrativas, como por las audiencias cada vez más amplias y por la participación ciudadana cada día más activa. Sería, por esa misma razón, contrario a la profesionalidad pedir a los pastores de la Iglesia que intervengan en debates que no corresponden a su tarea ni a su competencia, o hacerles responsables de tomas de postura que corresponden a los laicos, o simplemente esperar que funcionen argumentos religiosos de autoridad entre personas que no creen.

El segundo principio podría denominarse *transversalidad*. La profesionalidad es imprescindible cuando en un debate pesan las convicciones religiosas. La transversalidad, a su vez, es necesaria cuando pesan las convicciones políticas.

El ejemplo de Italia es ilustrativo a este respecto. Al hacer la declaración de la renta, más del 80% de los italianos marcan la casilla de la Iglesia, porque desean apoyar económicamente sus actividades. Eso quiere decir que las actividades de la Iglesia merecen la confianza de una gran mayoría de ciudadanos, no solamente de quienes se sitúan en una tendencia política determinada. En ese país, y en muchos otros, los católicos no plantean su acción pública poniendo su esperanza en un partido. Saben por experiencia que lo importante no es que una formación política incorpore a su programa la doctrina social cristiana, sino que esos valores se hagan presentes en todos los partidos, de modo transversal.

El tercer principio relativo al modo de comunicar es la *gradualidad*. El fenómeno de la secularización que hemos mencionado se ha ido consolidando en los últimos siglos²¹. Procesos de tan larga gestación no se resuelven en años, meses o semanas. Las tendencias sociales tienen una vida compleja: nacen, crecen, se desarrollan, cambian y mueren. En consecuencia, la comunicación de ideas tiene mucho que ver con el «cultivo»: sembrar, regar, podar, limpiar, esperar antes de cosechar.

El cardenal Ratzinger explica que nuestra visión del mundo suele seguir un paradigma «masculino», donde lo importante es la acción, la eficacia, la programación y la rapidez. Dice Ratzinger que convendría dar más espacio a un paradigma «femenino», porque la mujer sabe que todo lo que tiene que ver con la vida requiere espera, reclama paciencia²². Lo contrario de este princi-

²¹ Cfr. FAZIO, M., *Historia de las ideas contemporáneas. Una lectura del proceso de secularización*, Madrid: Rialp, 2006.

²² Cfr. BENEDICTO XVI, *Orar*, Barcelona: Planeta, 2008, 291. Referencia procedente de RATZINGER, J., *María Iglesia Naciente*, Madrid: Encuentro, 1999.

pio es la prisa y el cortoplacismo que llevan a la impaciencia y muchas veces también al desánimo, porque es imposible lograr objetivos de entidad en plazos cortos. Aparece de nuevo la idea de los tiempos largos, a los que más de una vez se ha referido Juan Pablo II.

* * *

A estos nueve principios habría que agregar otro que afecta a todos los aspectos mencionados: tanto al mensaje, como a la persona que comunica y al modo de comunicar. Este principio es de la *caridad*²³.

El sociólogo Rodney Stark, dedicó un libro a la propagación del cristianismo en la época de la decadencia del Imperio Romano²⁴. Este autor se pregunta: ¿Por qué se abrió paso el cristianismo en aquella época? Se ha dicho que el derrumbamiento del Imperio dejó un vacío que el cristianismo vino a llenar. Stark propone otra explicación. En su opinión, el Imperio Romano había alcanzado increíbles cotas de cultura y de arte, pero a la vez era una sociedad dura y a veces incluso cruel con las personas. En ese ambiente, la Iglesia se extendió porque era una comunidad acogedora, donde era posible vivir una experiencia de amor y libertad. Los católicos trataban al prójimo con caridad, cuidaban de los niños, los pobres, los ancianos, los enfermos. Todo eso se convirtió en un irresistible imán de atracción.

La caridad es el contenido, el método y el estilo de la comunicación de la fe; la caridad convierte el mensaje cristiano en positivo, relevante y atractivo; proporciona credibilidad, empatía y amabilidad a las personas que comunican; y es la fuerza que permite actuar de forma paciente, integradora y abierta.

Porque el mundo en que vivimos es también con demasiada frecuencia un mundo duro y frío, donde muchas personas se sienten excluidas y maltratadas y esperan algo de luz y de calor. En este mundo, el gran argumento de los católicos es la caridad. Gracias a la caridad, la evangelización es siempre y verdaderamente, nueva.

²³ Aspecto central del cristianismo, abordado por Benedicto XVI en su encíclica *Caritas in veritate* (29-VI-2009).

²⁴ Cfr. STARK, R., *The Rise of Christianity*, San Francisco: HarperSanfrancisco, 1997.

Bibliografía

- COLLINS, R. F., *The Power of Images in Paul*, Collegeville (Minnesota): Liturgical Press, 2008.
- FAZIO, M., *Historia de las ideas contemporáneas. Una lectura del proceso de secularización*, Madrid: Rialp, 2006.
- MARTÍ, M. A., *La convivencia*, Barcelona: Eiunsa, 1996.
- MARTÍ, M. A., *El encuentro*, Madrid: Eiunsa, 2004.
- MORA, J. M. (ed.), *10 Ensayos sobre comunicación institucional*, Pamplona: Eunsa, 2009.
- OGOLA, M., *El río y la fuente*, Madrid: Rialp, 2000.
- PERELMAN, C. y OLBRECHTS-TYTECA, *Tratado de la argumentación*, Madrid: Gredos, 1989.
- PIEPER, J., *La fe ante el reto de la cultura contemporánea*, Madrid: Rialp, 1980.
- PLUTARCO, «De cómo alabarse sin despertar envidia», en *Obras morales y de costumbres (Moralia)*, VII, Madrid: Gredos, 1996.
- QUINTILIANO, *Institutio oratoria* III.8.1, Oxford: Clarendon Press, 1970.
- RATZINGER, J., *La sal de la tierra*, Madrid: Rialp, 1997.
- RATZINGER, J., *La fiesta de la fe*, Bilbao: Desclée de Brouwer, 1999.
- RATZINGER, J., *María Iglesia Naciente*, Madrid: Encuentro, 1999.
- STARK, R., *The Rise of Christianity*, San Francisco: HarperSanfrancisco, 1997.

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

1. *Scripta Theologica* acepta el envío de estudios, notas, boletines bibliográficos, reseñas y resenías. El Consejo editorial acusará recibo de los originales recibidos y comunicará al autor si su escrito es admitido o no para revisión.
2. Los escritos se enviarán a la revista en formato Word o RTF por correo electrónico a la dirección: direct.scripta@unav.es. El texto deberá ir acompañado por el nombre completo del autor, centro académico en que desempeña su labor docente o investigadora, dirección postal y dirección electrónica.
3. El envío de un artículo a *Scripta Theologica* implica:
 - a) Que el texto no ha sido publicado previamente en soporte de papel o digital.
 - b) Que el texto no ha sido ni será enviado a otra revista mientras esté en proceso de revisión por parte de *Scripta Theologica*.
4. *Scripta Theologica* utiliza un sistema de revisión por pares. Los artículos aceptados para examen serán sometidos a la revisión de dos evaluadores externos, siguiendo el método de doble ciego (*double-blind*). El dictamen favorable de ambos revisores es condición necesaria para la publicación. En el plazo de uno a tres meses, la revista enviará a los autores de los artículos el dictamen definitivo con los motivos de la decisión y otras observaciones pertinentes realizadas en el proceso de revisión.
5. Cuando los artículos sean publicados, los autores recibirán un ejemplar de la revista en la que aparece su trabajo y el archivo PDF que contiene la versión impresa digital.
6. Los artículos publicados en *Scripta Theologica* no podrán ser reproducidos por ningún medio sin el consentimiento previo del Consejo editorial de la revista. Los autores tienen permiso para mostrar en su página web personal el PDF con la versión impresa digital de cada artículo, que la revista les envía cuando son publicados.
7. La extensión de los artículos debe ajustarse a las siguientes medidas:

Estudios: entre 8.000 y 12.000 palabras (incluidas las notas);
Notas y Boletines: entre 6.000 y 8.000 palabras (incluidas las notas);
Reseñas: entre 1.000 y 2.000 palabras (no llevan notas al pie);
Resenías: entre 400 y 800 palabras (no llevan notas al pie).
8. Los estudios y notas deben ir acompañados de un resumen (*abstract*) de 100 palabras, con su traducción al inglés, en el que se expresen con claridad los temas tratados en el trabajo y su conclusión. Además, se escogerán tres palabras clave (*keywords*), en castellano e inglés, para facilitar su indexación y búsqueda.
9. Las referencias bibliográficas irán en notas a pie de página, siguiendo una numeración consecutiva. Además, al final de los estudios y notas se consignará en sección aparte («Bibliografía») toda la bibliografía citada en el artículo, sin hacer subsecciones y anteponiendo el apellido al nombre (FERNÁNDEZ, A.). Si se citan varias obras del mismo autor, se consignará cada vez el apellido y nombre.
10. Las referencias bibliográficas seguirán el siguiente modelo:

Para las referencias a los textos bíblicos se usarán las abreviaturas habituales en castellano: las que figuran en el Catecismo de la Iglesia Católica, la Biblia de Jerusalén o la Sagrada Biblia traducida y anotada por profesores de la Facultad de Teología de la Universidad de Navarra.

Citas de libros ordinarios y monografías:

- FERNÁNDEZ, A. (o bien: FERNÁNDEZ, Aurelio), *Sacerdocio común y sacerdocio ministerial. Un problema teológico*, Burgos: Aldecoa, 1979, 128 [o bien: 128-135; o bien: 128ss].
- (si son varios volúmenes) NEWMAN, J. H., *Parochial and Plain Sermons*, VII, London: Rivingtons, 1887, 23.
- (si son varios volúmenes con título diferente) SCHMAUS, M., *Teología Dogmática*, IV: *La Iglesia*, Madrid: Rialp, 1961, 112-118.
- (si se cita la 2ª edición u otra posterior) SCHEFFCZYK, L., *Katholische Glaubenswelt*, 2 ed. Aschaffenburg: Pattloch, 1978, 57-67.
- (si son dos autores) RODRÍGUEZ, P. y LANZETTI, R., *El Catecismo Romano: fuentes e historia del texto y de la redacción*, Pamplona: Eunsia, 1982, 427.

- (si son tres o más) RODRÍGUEZ, P., SARANYANA, J.-I. y LANZETTI, R. (o bien: RODRÍGUEZ, P. y otros.). Debe evitarse la expresión AA.VV., que dificulta la identificación del libro.

Cita de artículos en obras colectivas:

- RODRÍGUEZ, P., «La teología del Papado según Santa Catalina de Siena», en SARANYANA, J.-I. (dir.), *De la Iglesia y de Navarra. Estudios en honor del Prof. Goñi Gaztambide*, Pamplona: Eunsas, 1984, 225-232.
- ARANDA, G., «Canon bíblico y comprensión actual de la Teología», en MORALES, J. y otros (eds.), *Cristo y el Dios de los cristianos. XVIII Simposio Internacional de Teología*, Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, 1998, 420.
- PELLITERO, R., «“Especialmente con los más necesitados”: un signo eficaz del amor», en Id. (ed.), *Vivir el amor. En torno a la encíclica Deus caritas est*, Madrid: Rialp, 2007, 109-117.

Cita de artículos en revistas (o periódicos):

- MERINO, M., «Teología y filosofía en San Gregorio el Taumaturgo», *Scripta Theologica* 17 (1985) 227-243.
- WEBER, W., «La realización de lo cristiano en una sociedad pluralista», *ScrTh* 12 (1980) 93-118.
- Pueden usarse las abreviaturas de las revistas según el elenco del IATG2 (SCHWERTNER, S. M., *Internationales Abkürzungsverzeichnis für Theologie und Grenzgebiete*, Berlin-New York: Walter de Gruyter, 1994).
- Si la revista es poco conocida, puede agregarse entre paréntesis la ciudad. También si hay dos revistas con el mismo título, por ejemplo, *Nova et Vetera*, de Friburgo (Suiza) o *Zamora* (España).

Cita de voces en Diccionarios y enciclopedias:

- ILLANES, J. L., «Vocación», en *Gran Enciclopedia Rialp* 23 (1975) 659-662.
- CONGAR, Y., «Théologie», en *DTC* 15 (1946) 341-502.

Cita de Padres de la Iglesia y escritores eclesiásticos antiguos:

- El nombre del autor debe ser completo (GREGORIO MAGNO) evitando citar el nombre sólo (GREGORIO) o abreviado (Greg.).
- A continuación de la obra citada, seguida de dos puntos, se ha de incluir la referencia de la edición por la que se cita la obra. Por ejemplo: GREGORIO NACIANCENO, *Oratio* 41,9: SC 358, 334. (o bien: *Sources Chrétiennes* 358, 334.)

Otras observaciones:

- En las citas bibliográficas a pie de página, debe figurar el nombre y apellido del autor, aunque se mencione en el texto.
 - Si se cita varias veces la misma obra, se pondrá la referencia completa la primera vez. Después, se puede abreviar así: FERNÁNDEZ, A., *Sacerdocio común y sacerdocio ministerial*, 25.
 - Cuando no se trata de una cita textual, sino de una alusión, se puede anteponer cfr.
 - La ciudad en la que se edita el libro debe ponerse en su idioma original (München, no Munich) y si la edición es latina, en genitivo locativo (Romae, no Roma).
11. En las reseñas y reseñas figurarán en el encabezamiento los datos del libro conforme a las instrucciones que se recogen en nuestra página web: <http://www.unav.es/facultad/teologia/Instrucciones>

SCRIPTA THEOLOGICA

REVISTA CUATRIMESTRAL FUNDADA EN 1969

EDITA: SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA

PAMPLONA / ESPAÑA

ISSN: 0036-9764



9 770020 354154