

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

| | |
|---|---|
| Un primer encuentro para una nueva vocación eclesial, por MANUEL MARÍA BRU ALONSO (Coordinador) | 9 |
|---|---|

MENSAJE

| | |
|--|----|
| PREGONADLO DESDE LAS AZOTEAS, por el Cardenal ANTONIO MARÍA ROUCO VARELA | 11 |
|--|----|

1. RAZONES PARA UNA INQUIETUD PASTORAL (presentaciones)

| | |
|--|----|
| 1.1. LLAMADOS Y ENVIADOS, por JOSÉ LUIS PRIETO | 15 |
| 1.2. HA LLEGADO LA HORA, por MANUEL M ^a BRU ALONSO | 18 |
| 1.3. TRANSMISIÓN DE LA FE Y COMUNICACIÓN SOCIAL, por Mons. CÉSAR AUGUSTO FRANCO MARTÍN | 24 |

2. LA COMUNICACIÓN COMO VOCACIÓN

| | |
|---|----|
| 2.1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISTA CATÓLICO (ponencia), por JOSÉ MARÍA DESANTES GUANTER | 29 |
| 2.1.1. Propio del género humano es comunicarse | 29 |
| 2.1.2. La profesión informativa | 31 |
| 2.1.3. El profesional que es católico | 32 |
| 2.1.4. La reestabilización de la sociedad | 36 |
| 2.1.5. La difusión de las virtudes | 38 |
| 2.1.6. Hacer y decir | 39 |
| 2.1.7. El mensaje como información | 46 |
| 2.1.8. Conclusión: las tres responsabilidades del informador . | 51 |
| 2.2. LAICOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN GENERALISTAS (mesa redonda) | 52 |
| 2.2.1. VENTAJOSO EN LA SOLVENCIA, por RAMÓN PI | 52 |
| 2.2.1.1. Seriedad profesional | 52 |
| 2.2.1.2. Prudencia valiente | 54 |
| 2.2.2. EL PODER DE LA REALIDAD, por CRISTINA LÓPEZ SCHLINCHTING | 56 |
| 2.2.2.1. Realismo | 57 |
| 2.2.2.2. Positividad | 58 |
| 2.2.2.3. Apertura | 59 |

| | |
|--|----|
| 2.2.3. ANHELO PERMANENTE DE VERDAD, por JUSTINO SINOVA | 61 |
| 2.2.3.1. Una obiedad: buscar y comunicar la verdad . | 61 |
| 2.2.3.2. Un ruego: mayor profesionalización de la comunicación pública de la Iglesia | 62 |
| 2.2.4. LAS DIEZ TENTACIONES DEL PERIODISTA CRISTIANO, por ALEX ROSAL | 64 |
| 2.2.4.1. Politizar la información religiosa | 64 |
| 2.2.4.2. Clericalizar el mensaje del Evangelio | 65 |
| 2.2.4.3. Anunciar la moral sin antes anunciar la fe provoca rechazo, no adhesión | 65 |
| 2.2.4.4. Dar la razón a Nietzsche cuando dice: «Los cristianos no tenéis cara de resucitados» .. | 66 |
| 2.2.4.5. Dar juego a los maestros, pero no a los testigos | 67 |
| 2.2.4.6. Convertirnos en «Funcionarios de la Religión» | 67 |
| 2.2.4.7. Ser aliados de los burócratas eclesiales | 68 |
| 2.2.4.8. No hacer caso al modelo comunicativo que Jesús implantó | 68 |
| 2.2.4.9. Confiar en el marketing para evangelizar .. | 69 |
| 2.2.4.10. Creernos unos pequeños dioses | 69 |
| 2.2.5. HUMANIZAR LA RADIO, por ELSA GONZALEZ | 70 |
| 2.2.5.1. Cualidades y obstáculos de la comunicación radiofónica | 70 |
| 2.2.5.2. ¿El profesional hace al medio? O ¿al contrario? | 71 |
| 2.2.5.3. Llevar el mensaje de paz de Jesucristo | 73 |

3. LA COMUNICACIÓN COMO CARISMA

| | |
|---|----|
| 3.1. CARISMAS LAICALES Y COMUNICACIÓN SOCIAL (ponencia), por JOSÉ LUIS RESTÁN | 75 |
| 3.1.1. La sintonía fundamental entre carisma y comunicación: favorecer el encuentro entre el hombre de hoy y la palabra salvífica de Cristo | 75 |
| 3.1.2. Una tarea para este momento histórico: recuperar la alianza entre «comunicación social» y realidad . | 77 |
| 3.1.3. Notas características de la comunicación que puede brotar de los diferentes carismas eclesiales | 80 |
| 3.2. LAICOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MOVIMIENTOS CATÓLICOS (mesa redonda) | 83 |
| 3.2.1. LA NOTICIA, por PILAR SALCEDO | 83 |
| 3.2.1.1. El reto de los católicos que informamos ... | 84 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 3.2.1.2. | Manejamos un material de alto voltaje | 85 |
| 3.2.1.3. | Un soplo de aire fresco | 86 |
| 3.2.1.4. | La fuerza del primer anuncio | 87 |
| 3.2.2. | <i>POR UN MUNDO UNIDO</i> , por JAVIER RUBIO | 89 |
| 3.2.2.1. | Tras las Mariapolis | 89 |
| 3.2.2.2. | Impronta dialógica | 90 |
| 3.2.2.3. | Al hilo de la experiencia | 92 |
| 3.2.3. | <i>UN VERDADERO ECUMENISMO</i> , por CARMEN GIUS-SANI | 94 |
| 3.2.3.1. | Apertura a toda la realidad | 94 |
| 3.2.3.2. | Pertenencia viva a la Iglesia | 95 |
| 3.2.3.3. | Las prioridades de un Instrumento | 95 |
| 3.2.4. | <i>BRILLE ASÍ VUESTRA LUZ</i> , por INMACULADA BALLESTERO | 96 |
| 3.2.4.1. | Historia de una asunción | 96 |
| 3.2.4.2. | Opinar, formar e informar | 98 |
| 3.2.4.3. | La medida del mundo | 98 |
| 3.2.5. | <i>ENCUENTRO Y NOVEDAD</i> , por ROCÍO TRAVESEDO .. | 100 |
| 3.2.5.1. | Kerigma y el Movimiento de los Cursos de Cristiandad en España | 100 |
| 3.2.5.2. | ¿Qué es Kerigma? | 101 |
| 3.2.6. | <i>PROMOVER LA SOLIDARIDAD</i> , por FRANCISCO PORCAR REBOLLAR | 104 |
| 3.2.6.1. | Al servicio de la evangelización | 104 |
| 3.2.6.2. | Objetivos y criterios | 105 |

4. LA COMUNICACIÓN COMO MISIÓN

| | | |
|----------|--|-----|
| 4.1. | EVANGELIZACIÓN Y COMUNICACIÓN ANTE EL RETO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS (ponencia), por JOSÉ FRANCISCO SERRANO | 109 |
| 4.1.1. | Nueva Evangelización y transmisión de la fe: sobre la comunicación insuficiente | 109 |
| 4.1.2. | Frente a la ideología de la comunicación, el valor de la Tradición-Transmisión | 114 |
| 4.1.3. | El lenguaje: una clave de nuestra transmisión | 120 |
| 4.2. | LAICOS EN LA DOCENCIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL (mesa redonda) | 123 |
| 4.2.1. | <i>LA FE EN LA LABOR DOCENTE</i> , por HUMBERTO MARTÍNEZ-FRESNEDA | 123 |
| 4.2.1.1. | El continente y el contenido | 123 |
| 4.2.1.2. | El «ser» y el «deber ser» de la profesión periodística | 125 |

| | |
|---|-----|
| 4.2.2. <i>EL GOZO DE BUSCAR LA VERDAD</i> , por LEOPOLDO SEIJAS CANDELAS | 127 |
| 4.2.2.1. Qué entendemos por educación | 127 |
| 4.2.2.2. La idea de ciudad educadora | 133 |
| 4.2.2.3. Cultura y educación | 138 |
| 4.2.2.4. Docencia y medios de comunicación social .. | 140 |
| 4.2.3. <i>HISTORIA DE JEREMÍAS</i> , por GABRIEL GALDÓN | 148 |
| 4.2.3.1. Saber para servir | 149 |
| 4.2.3.2. Toda la gloria para Dios | 150 |
| 4.2.3.3. El ciento por uno | 151 |
| 4.2.4. <i>QUERER A LOS ALUMNOS</i> , por JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL | 154 |
| 4.2.4.1. La fe sirve para la vida | 155 |
| 4.2.4.2. Deontología, epistemología, antropología .. | 157 |
| 4.2.4.3. La verdadera tutoría | 159 |
| 4.2.5. <i>SER DOCENTE EN UNA UNIVERSIDAD NO CONFESIONAL</i> , por MERCEDES GORDON | 162 |
| 4.2.5.1. Excelencia docente y testimonio sin complejos | 162 |
| 4.2.5.2. Formar comunicadores | 164 |
| 4.3. <i>UNA TELEVISIÓN CATÓLICA PARA MADRID</i> , por JUAN PEDRO ORTUÑO | 166 |
| 4.3.1. Identificación | 166 |
| 4.3.2. ¿Cuál es el público al que vamos dirigidos? | 169 |
| 4.3.3. Propuesta de programación | 170 |
| 4.3.4. El lenguaje mediático | 171 |

EPÍLOGO

| | |
|---|-----|
| EL SUSTANTIVO Y EL ADJETIVO, por JOSÉ MARÍA GARCÍA ESCUDERO | 173 |
|---|-----|