

CONCLUSIONES DE LOS I PREMIOS ACADÉMICOS RAIGADAS 2007

Gonzalo J. Moreno Muñoz

SECRETARIO DE LA ASOCIACIÓN CULTURAL RAIGADAS

Han sido cinco trabajos, cinco enfoques de estudio, cinco perspectivas, cinco temas que han pasado desde la red de redes, hecha telaraña en palabras de Carmen hasta la dignidad del hombre más indigno que nunca hará subir la del perro, aunque sea su mejor amigo; según nos ha contado José María. Y entre tanto hemos recorrido la publicidad, los medios de comunicación, la psicología, las relaciones sociales, la conducta, la moral y la ética, el estudio y los interrogantes, y todo lo que sido materia de reflexión para estos trece, ya a partir de hoy, intelectuales.

Porque si la vida es compleja, y en distintas vertientes se cultiva, también es labor del cristiano escudriñar, indagar, formarse y resolver en los ámbitos más insospechados de la cultura. Porque el traje del cristiano nunca será hecho a medida, es más, nunca estará exento de molestias y rozaduras, sin embargo no pasa de moda, y es tan versátil que debe de ser el mismo llevado al instituto, al bar, al trabajo e incluso a tomar el sol en la playa.

Buscar ese enfoque propio que nos dota de identidad, que nos dice quienes somos y actuar según nuestras convicciones nos evita entrar en psicología social disonante que tan claramente han expuesto Pablo y José Manuel. Se trata de mantener la coherencia del discurso, entre el hacer y el creer, porque como dijo Pascal si no vives como piensas acabarás pensando como vives. Y pese a ser un proceso paulatino y que los chicos de Ignacio han representado con un perfecto Roll-playing, no caben componendas ni males menores, o te gastas el dinero en un jamón o le devuelves la cartera a su dueño, porque el bien y el mal sabemos donde encontrarlos y el rostro que tienen. Y esto siempre será responsabilidad de la conciencia individual, que pertenece al hombre uno y único creado por Dios, por eso se ha dicho con claridad que siempre la culpa o la virtud vendrá de la decisión del hombre creado en libertad, pese a haber intentado D. Gonzalo Pulido desviar la atención sobre una supuesta responsabilidad colectiva de la Sociedad, haciendo hábilmente de abogado del diablo.

Porque la responsabilidad se le concede al responsable, es decir, al que es capaz de administrar sin malgastar, de custodiar sin traicionar y de vigilar sin delinquir. Por eso al *Imago Dei*, a la imagen de Dios, que es el hombre, se le hizo responsable de toda la creación, y de la que él, como bien ha dicho Alodía, es la obra culmen. Así fue la relación del hombre con la naturaleza en las religiones primitivas y en la mitología clásica, y así vino a nacer al cristianismo la obligación de conservar en justa administración lo que del mismo Dios habíamos recibido. Ya en palabras de Benedicto XVI, que nos ha recordado Elvira, nos dice el Pontífice que destruir la naturaleza es un insulto al mismo Dios.

Pero también al hombre, que como imagen del Creador, detenta su propia dignidad, inviolable e insustituible. Esta dignidad se hace crítica en la mujer de nuestros días porque su cuerpo, templo también del Espíritu Santo en palabras del Apóstol San Pablo, se ha convertido en género vulgar de un mercado despiadado. Por eso nos han causado impresión los síntomas de

la bulimia y la anorexia, de la que Yolanda nos ha hablado en primera persona, para comprender la capacidad de autodestrucción de la sociedad cuando pierde el sustrato de los valores. Alicia nos ha hablado del patrón 90-60-90 atribuido a la mujer perfecta, desconociendo que la belleza, como ha matizado después, es, por agradar desinteresadamente, buena en sí misma, y desconoce por tanto, la veneración de unas medidas o la importancia de la silicona.

Porque por mucho poder que tengan los medios de comunicación de masas, sobre todo internet y la televisión, siempre será más sólido nuestro criterio para someter a juicio propio cuantas manipulaciones puedan surgir. Y convertirnos así en “crackers” y “hackers” del pensamiento único como finalmente nos ha explicado Antonio, para usar internet en toda su potencialidad y ponerlo al servicio del anuncio de Evangelio. Las nuevas tecnologías ni son un invento del diablo ni son el nuevo becerro de oro, están ahí como ha dicho Sofía leyendo a Juan Pablo II para continuar con la misión salvífica del hombre.

Y el desarrollo del contenido ha ido parejo al del canal, porque la multiplicidad de medios, su perfeccionamiento y su evolución nos ha empujado a un nuevo método de comunicación que en su acepción española se llama mercadotecnia, pero todos conocemos por Marketing. Que vuelve a no ser ni bueno ni malo, sino sólo dependiente de su uso; el que marca la diferencia entre el consumidor y el consumista como ha dicho Paola, el que delimita los contornos del mal gusto y la obscenidad amparándose en la libertad de expresión como ha indicado Alejandra, o el que puede promocionar virtudes y excelencias o ser reflejo de los más bajos institutos como ha recordado María José. Porque ya no encontramos en nuestros días normas deontológicas a la hora de ejecutar la tercera P del marketing (la promoción), porque a la hora de vender, tanto da que una monja aparezca frustrada por el olor de un desodorante, como que dos caballos cumplan con su instinto en medio de una valla publicitaria.

Y es que mirar y adentrarse en estos campos, exige pivotar entre la reflexión y la formación, objetivo cumplido con creces en estos cinco trabajos. Fuentes abundantes, magisterio pontificio, citas científicas, recopilación documental, presentaciones de síntesis y hasta alguna representación en vivo. Si los I PREMIOS ACADÉMICOS RAIGADAS nacieron a la luz de enriquecer el diálogo Cultura y Fe, vuestros trabajos han sido completamente una conversación de tú a tú.

Enhorabuena y muchas gracias.