



EDITORIAL

## Vida religiosa ¿Qué comunicas?

**C**on las antenas puestas en el devenir de la vida religiosa, la revista TESTIMONIO afronta hoy el desafío, o mejor la oportunidad, de la propia presencia en los medios de comunicación social. Todo desafío es una llamada a movilizar nuestras reservas, las mejores. Una oportunidad, un impulso a reaccionar, a poner en marcha potencialidades y recursos infrautilizados, a desbloquear dinamismos que llevamos frenados y a sacudir situaciones y actitudes de instalación y conformismo. Un desafío nos está ofreciendo la oportunidad de comprender, de alimentar la capacidad de movernos fuera de los esquemas que tenemos.

La comunicación ha pasado a ser el símbolo más potente de la modernidad. De ahí que la vida consagrada se sienta llamada hoy a entrar decidida y activamente en los medios de comunicación. Este número de la revista nos ayuda a pensar la comunicación, para hacer de ella espiritualidad encarnada, espiritualidad del encuentro. Los artículos se centran ante todo en el cómo llevar a cabo la comunicación contando con los medios que hoy disponemos, para aprender a ser arquitectos y no simplemente bomberos.

La comunicación no se reduce a medios, pero tampoco es legítimo obviar la oportunidad que estos nos brindan para cumplir la tarea de ser transmisores del Evangelio. Si como religiosos estamos llamados a la evangelización, haciendo carne la Palabra y transmitiéndola, en la actualidad no es posible configurar y fortalecer nuestra vida y misión sin una actitud activamente positiva ante los medios de comunicación social. Se trata de hacer de la comunicación sabiduría de la vida, desencadenando en nosotros dinamismos creativos frente a los medios. No contar hoy con el apoyo de los MCS significa exponerse a la irrelevancia o

*a la demolición que imprime el olvido en una sociedad hiperinformada como la nuestra. En ambientes donde el cristianismo no es el aire que se respira, la palabra que se habla, el aliento que se vive, un buen uso de la comunicación nos permite darle vida al Evangelio y credibilidad a la vida religiosa.*

*De ahí la pregunta: Vida religiosa, ¿qué comunicas? ... No se trata principalmente de dar informaciones. La sola información no amuebla la mente, y menos el corazón; más bien la convierte con frecuencia en bodega de trastos inservibles. Si los hombres y mujeres demandan algo a la vida consagrada hoy, es un “háblame del mar, marinero”. En la comunicación no queremos vender, sino ser levadura. Nuestro estilo de vida es más movimiento que culto, más proyecto de transformación de la realidad que mera efervescencia religiosa, más relación curativa con el mundo roto que ritual, más solidaridad y libertad que mera invocación. El Dios de Jesucristo no es maestro que informa y enseña, y menos legislador que exige y juzga. Es un Dios-Palabra, comunicativo, que quiere entrar en diálogo con los seres humanos para encontrarse con ellos. La vida de los creyentes ha de ser dinámica espiritual encarnada en palabra, diálogo, encuentro. Y Dios se encarna para hablarnos en nuestro lenguaje. Su sabiduría nos lleva a expresarnos desde el oyente, con los medios a su alcance.*

*Es el mismo Dios el modelo de comunicación para la vida religiosa, en la manera de hacerlo y en el contenido de lo que comunica. A veces nos embarga un cierto tedio o indiferencia, una sensación de vivir como si no tuviéramos nada importante que comunicar. La vida consagrada se siente llamada a comunicar la propia vida como testimonio de la vida de Dios. Cuando el mensaje no es vida, sentimos que se empobrece, se agota; se hace reiterativo, profesional, formal, artificioso, poco convincente. No hay palabra más plena, más clara y más fuerte que la de la vida. La espiritualidad encarnada es la gran tarea de la vida religiosa en el futuro. Ante la cultura de lo débil, estamos llamados a descomprimir la fuerza de lo alto, el surtidor artesiano de Dios que cada ser humano lleva dentro (cf. Jn 7, 38). Para comunicar esa palabra de la vida necesitamos hacer uso del lenguaje y de los medios por los que hoy llega la comunicación a los seres humanos. Quizá estamos acostumbrados a venerar un silencio repleto de elocuencia que es válido únicamente al interior de nuestras comunidades.*

*En los medios de comunicación, a través de la propia vida, los religiosos y religiosas estamos invitados a difundir la Palabra como buena noticia, acontecimiento-fiesta del amor de Dios. Tenemos un mundo de riquezas que comunicar, no solo de problemas. Incluso en el caso de la denuncia, esta debe aparecer siempre motivada por el amor solidario*

*con los que sufren haciendo de la misma denuncia propuesta. Las instituciones religiosas no pueden aparecer en los medios de comunicación preocupadas más por la propia supervivencia que por la misión, el bien de los otros. Tampoco podemos acudir a ellos mirándonos al ombligo eclesial, y en la práctica ayudando a encerrar a los laicos en el templo. La Iglesia en América Latina tiene que afrontar este desafío para no reducir el “laico comprometido” a un hombre honrado que se reúne en comunidad para realizar actividades eclesiales. No somos una institución o sociedad perfecta, sino el perfeccionamiento de las instituciones y de la sociedad.*

*Nuestra misión apunta hacia fuera de nosotros mismos: el bien de los otros, las instituciones, las estructuras, la sociedad. Recordemos la entraña del Evangelio: “Tanto amó Dios al mundo que le dio a su único Hijo”. Amemos también al mundo de tal manera que seamos capaces de entregarnos, de renunciar a deambular con miedo a perder prestigio y con deseo de conseguir éxitos mediáticos y cuantitativos. La vida consagrada debe escuchar una llamada apremiante a ser signo de la ternura de Dios y a proponer nuevos íconos para que ese signo llegue a niños y jóvenes, adultos y ancianos. Los religiosos y religiosas creemos en el Espíritu que es señor y dador de vida, y que habla por los profetas. Nuestro profetismo se nos debilitaría al estar instalados en la incoherencia viviente o en la ficción más o menos consciente de poder prescindir hoy de la comunicación social.*

