

LA RELIGIOSA, COMUNICADORA DE LA BUENA NUEVA

Los nuevos tiempos llaman a una nueva misión.

Quien quisiera leer los signos de los tiempos en estos inicios del siglo XXI no debería descuidar los cambios sociales que han afectado al mundo de la religiosa. Y al ahondar en estos cambios, no podemos dejar de sorprendernos al analizar las profundas transformaciones que ha sufrido la concepción de la mujer, del papel que desarrolla en la sociedad y su impacto en el mundo religioso. Dejando a un lado feminismos que exacerbaban y sólo quieren reivindicar posturas accidentales y grotescas que nada tienen que ver con la verdadera revaloración de la mujer, bien podemos asegurar que la mujer ha venido desempeñando en las últimas décadas un papel fundamental en el cambio de la sociedad así llamada posmoderna hasta poner *en jaque* la figura del hombre y su rol fundamental de la paternidad.

Afirma el documento *La vida fraterna en comunidad*: “Mencionamos aquí sólo algunos aspectos que han incidido más directamente en la vida religiosa en general y en la comunidad religiosa en particular (...) La promoción de la mujer, uno de los signos de los tiempos según el Papa Juan XXIII, ha tenido no pocas resonancias en la vida de las comunidades cristianas de diversos países. Aún cuando en algunas regiones el influjo de corrientes extremistas del feminismo está condicionando profundamente la vida religiosa, casi en todas partes las comunidades religiosas femeninas están en búsqueda positiva de formas de vida común más idóneas para la renovada conciencia de la identidad, de la dignidad y de la misión de la mujer en la sociedad, en la Iglesia y en la vida religiosa.”¹ Por tanto la mujer consagrada consciente y coherente con los cambios que ha sufrido la sociedad ha buscado y ha encontrado nuevos cauces para expresar su consagración, de acuerdo con su carisma originario y así salir al encuentro de las necesidades más apremiantes del hombre del Tercer milenio.

Sin dejar los apostolados así llamados *tradicionales*, ha sabido insertar su papel leyendo los signos de los tiempos y así, frente a la escasez de clero o la edad avanzada del mismo, ha ocupado un lugar preponderante en la catequesis, en la educación de la niñez y de la juventud, en la animación de las paraliturgias y celebraciones comunitarias. Ha comenzado a reconquistar su puesto en la dirección de las almas, a través de la dirección espiritual y el camino de discernimiento espiritual. Se ha enrolado en la aventura de infundir de valores cristianos los medios de comunicación social y la vemos en programas televisivos, firmando artículos que generan opinión pública, participando activamente en debates televisivos y de radio.

Ha comenzado a valorar nuevamente su maternidad espiritualidad y la ha puesto al servicio de diversos apostolados como la animación vocacional y la predicación de retiros y ejercicios espirituales no sólo para sus hermanas en religión sino para seglares que en nuestro tiempo están sedientos de encontrar sentido a sus vidas en medio de un mundo que los ahoga y narcotiza la esperanza de la vida y del futuro².

Todos estos descubrimientos de su papel en la sociedad y en el mundo religioso llaman poderosamente la atención sobre el elemento comunicativo que está llamada a desempeñar. Por su carácter contemplativo no puede renunciar a ser la guardiana del tesoro de la fe católica y por su carácter misionero está llamada a compartir dicho tesoro con sus congéneres. Sin embargo en la

¹ Congregación para los Institutos de vida consagrada y las Sociedades de vida apostólica, *La vida fraterna en comunidad*, 2.2.1994, n. 4c.

² En la exhortación apostólica postsinodal *Ecclesia in Europa* el Papa Juan Pablo II ha llamado fuertemente la atención sobre la pérdida del sentido de la vida y la esperanza y ha reclamado un papel privilegiado para las religiosas de Europa llamándolas a recobrar el sentido profético de su misión en el pueblo europeo como portadoras de esperanza.

comunicación de este tesoro deberá adecuarse a los nuevos tiempos y deberá aprender a leer los signos de estos tiempos para mejor adecuarse a las circunstancias del hombre de la posmodernidad a quien debe entregar este tesoro de la fe³.

Insertándose en esta dinámica de los tiempos de la modernidad, la religiosa ha descubierto su papel preponderante de comunicadora de la Buena nueva, el evangelio. Y esta inserción la llama a una actualización en una doble vertiente: para conocer al hombre posmoderno al que debe entregar el mensaje de salvación y el sentido de trascendencia y para conocer las técnicas que la harán ser más eficaz en su papel de comunicadora.

En este ensayo pretendemos responder brevemente a las cualidades que la comunicación debe tener en cuenta en nuestros días y a las cualidades fundamentales que debe desarrollar la religiosa como buena comunicadora.

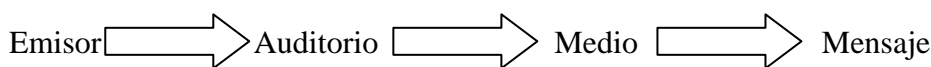
Principios fundamentales de la comunicación.

Hasta hace poco tiempo se veía a la comunicación como un sistema cerrado en donde sólo era necesario contar con los siguientes elementos: el emisor, el medio, el auditorio y el mensaje. Sin dejar a un lado estos elementos, válidos en sí mismos, la religiosa debe tomar en cuenta los avances de la comunicación y en especial de la psicología de la comunicación para lograr que su mensaje llegue verdaderamente al auditorio al que quiere transmitir la Buena nueva.

Los descubrimientos de la escuela de psicología de la comunicación de Palo Alto, California, nos enseñan⁴ que la comunicación no es un circuito cerrado sino abierto en donde el expositor es parte de un esquema que continuamente se retroalimenta. Todo lo que el expositor pone a disposición del auditorio, viene asimilado por éste y emite una respuesta que debe ser percibida por el expositor de forma que pueda modificar su discurso para adaptarse mejor al auditorio y así penetrar mejor en sus mentes, en sus corazones y en sus sentimientos, de forma que pueda dejar más claramente su mensaje.

Lo podemos ejemplificar en los siguientes diagramas.

Anteriormente el ciclo de comunicación venía concebido en forma lineal y unilateral.



El emisor venía visto como la persona que debía transmitir un mensaje. En este caso sería la religiosa.

³ Uno de los objetivos del Concilio Vaticano II ha sido precisamente que el mundo religioso comprendiera al mundo laico para poder transmitir con mayor eficacia el anuncio de la Buena Nueva. Nuestro mundo busca sin saberlo el sentido de sus vidas para darles un peso de trascendencia. “En un momento como el nuestro, en el que se asiste a un cierto despertar de la búsqueda de la trascendencia, las comunidades religiosas pueden llegar a ser lugares privilegiados donde se experimentan los caminos que conducen a Dios (...) Las personas consagradas a Dios, hombres y mujeres, ¿dejarán de asistir a esta cita con la historia, no respondiendo a la <<búsqueda de Dios>> que sienten nuestros contemporáneos, induciéndolos, acaso, a buscar en otra parte, por caminos equivocados, cómo saciar su hambre de Absoluto?” Congregación para los Institutos de vida consagrada y las Sociedades de vida apostólica, *La vida fraterna en comunidad*, 2.2.1994, n. 20

⁴ Para una profundización de este tema recomendamos la lectura del ensayo “Psicología de la comunicación y diálogo en las comunidades femeninas”, German Sánchez Griese en www.es.catholic.net, junio de 2004.

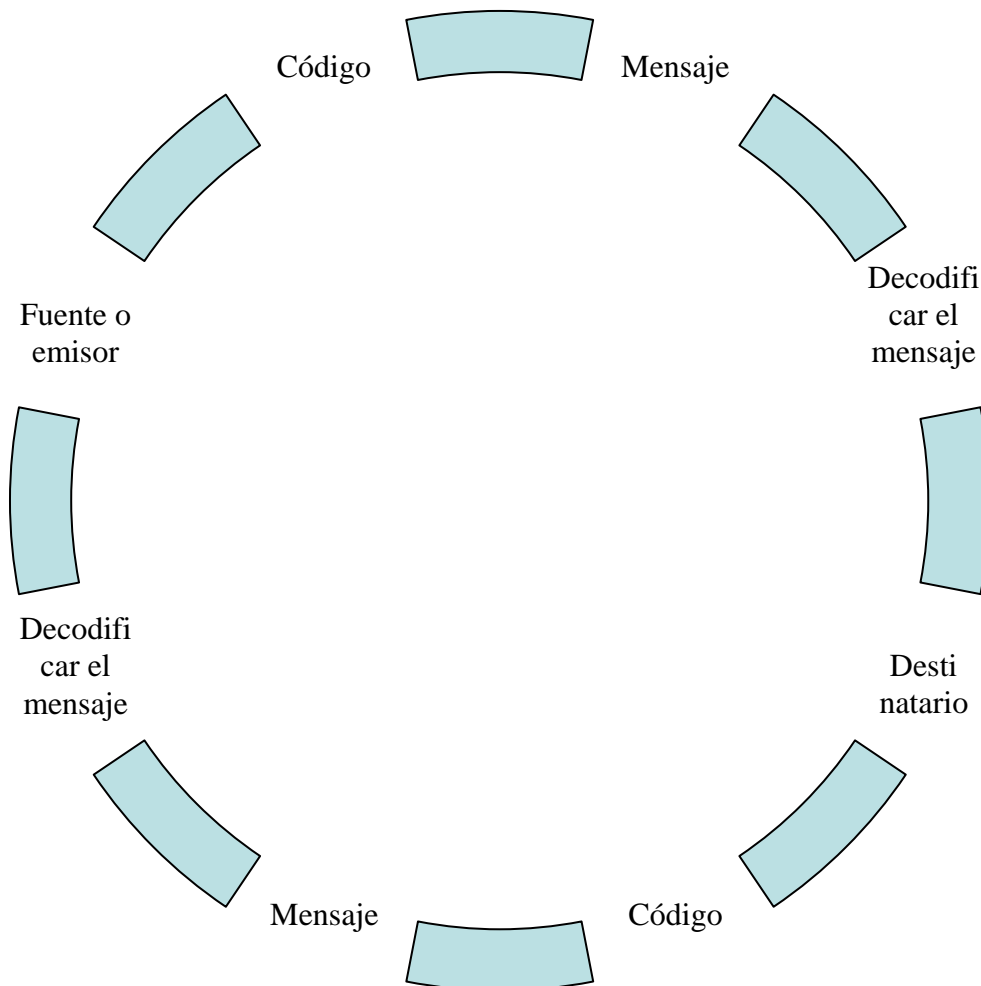
El auditorio era el grupo de personas al quien la religiosa se dirigía.

El medio eran las diversas formas que la religiosa utilizaba para transmitir el mensaje.

El mensaje era el tema que quería transmitir.

Si bien estos elementos no han perdido su validez y vendrán explicitados a renglón seguido, conviene insertarlos dentro de la psicología de la comunicación. Esta escuela conceptualiza la comunicación, cualquier tipo de comunicación no como un circuito cerrado, unilateral, sino como un diagrama en continua retroalimentación, en donde el emisor, a través del mensaje que está comunicando viene constantemente retroalimentado por la respuesta del auditorio, que no permanece nunca pasivo, según el primer axioma de la comunicación. El éxito o fracaso de la comunicadora estará en la lectura continua que haga de la respuesta que recibe del auditorio para adecuarse constantemente a él.

El esquema de la Psicología de la comunicación es el siguiente.



La diferencia básica entre los dos diagramas radica que la Psicología de la comunicación toma en cuenta la respuesta del auditorio, mientras que el ciclo de la comunicación partía del comunicador para terminar en el auditorio. Podemos entonces señalar que la religiosa será más eficiente en su

comunicación si toma en cuenta la respuesta que el auditorio le estará dando en cada momento. Esta aseveración quedará más explicitada en el desarrollo del presente artículo.

Elementos para lograr una adecuada comunicación.

Comenzando por la fuente o el emisor conviene hacer notar que la religiosa que quiere transmitir un mensaje debe desarrollar en ella misma las siguientes cualidades: seguridad, equilibrio, fuego y corazón. Pero antes de desarrollar estas cualidades conviene hacer una reflexión sobre el carácter de comunicóloga por parte de la religiosa.

Transmitir el mensaje del evangelio conlleva una diferencia sustancial con referencia a otros mensajes. No en vano Jesús ha dicho: “Yo soy el camino, la verdad y la vida”. Quien comunica la Buena nueva, lejos de ser el portador de una doctrina moral, de unos principios o de un estilo de vida, es el transmisor de una persona que es *camino, verdad y vida*. Por lo tanto la religiosa no transmite algo propio, o algo aprendido meramente de memoria, sino transmite, o por lo menos así debería serlo, una persona, y en último grado su experiencia personal con Cristo. De lo contrario el mensaje puede ser falso, retórico o carente de vida.

Esta primera reflexión debe servirnos para situar a la religiosa como comunicadora de una experiencia de vida y de un mensaje. Por ello, su quehacer como comunicadora la transforma en una guía espiritual. Ya sea en la parroquia, en la escuela, en los medios de comunicación, como predicadora de la palabra, como animadora vocacional, como directora de almas, todo su trabajo de comunicación se reduce a ser una guía espiritual. Guía es quien conoce el camino y enseña a otros a seguirlo. Guía es quien conoce la meta, la ha saboreado y quiere que otros compartan también el gozo de poseer dicha meta. Guía es quien sabe estar al lado, no como espectador pasivo sino como formador paciente que sabe intervenir en el momento justo para dejar sólo al discípulo, darle una mano o indicarle los medios más adecuados a los que debe recurrir en medio del camino.

Como guía espiritual, toda comunicadora deberá poseer lo que transmite y esto sólo lo logra con una intensa vida de oración. Se cuenta que Juan Pablo II siendo obispo de Cracovia escribía sus mensajes, homilías y libros en la capilla del palacio arzobispal, a dónde se hacía llegar una mesa, papel y tinta y desde la contemplación de la oración sabía transmitir el mensaje. Si nadie da lo que no tiene, esto es más cierto en la comunicación de los bienes espirituales. Una intensa vida de oración, entendida “como un encuentro del Padre con el hijo, del hijo con el propio Dios que sabe ser para el hijo Padre, de un encuentro que es un intercambio de amor.”⁵ De esta manera la religiosa irá experimentando en carne propia aquello de lo que es portadora.

Por lo tanto cualquier mensaje de la religiosa, en el ciclo de la comunicación, debe expresar siempre una experiencia de vida que se ha amasado en la oración y se ha hecho carne en la vida propia, a semejanza de Jesús que hablaba “como quien tiene autoridad.” Esta autoridad no proviene de un conocimiento material del tema, sino de un conocimiento experimental.

Esta experiencia de vida no exime la buena preparación de la religiosa. Una preparación intelectual que implica un método seguro de investigación que le lleve a ofrecer al auditorio las razones del mensaje. Bien sabemos que actualmente el mundo se rige por las razones y para la fe pide más pruebas que nunca: “Muchos ya no logran integrar el mensaje evangélico en la experiencia cotidiana; aumenta la dificultad de vivir la propia fe en Jesús en un contexto social y cultural en que el proyecto de vida cristiano se ve continuamente desdeñado y amenazado; en muchos ambientes públicos es más fácil declararse agnóstico que creyente; se tiene la impresión de que lo obvio es no

⁵ Antonio Furioli, *Preghiera e contemplazione mistica*, Casa editrice Marietti, Genova, 2001, p. 22

creer, mientras que creer requiere una legitimación social que no es indiscutible ni puede darse por descontada.”⁶

Además de dar razones y justificar adecuadamente el tema, debe saber presentar el tema. Aquí conviene que la religiosa estudie de antemano el auditorio al que debe transmitir el mensaje, estableciendo con él una cordial relación afectiva. La psicología de la comunicación nos recuerda que la comunicación se establece siempre en dos niveles: el nivel de contenidos y el nivel relacional y que mucho depende de la buena relación que se establece entre la expositora y el auditorio. La transmisión y fijación del mensaje en el auditorio es directamente proporcional a las disposiciones del auditorio. Si bien es difícil en una sola exposición poder *sintonizar* con el auditorio, el haberlo estudiado con anterioridad servirá para buscar los medios más adecuados para adaptarse a él.

Esta adaptación se realiza principalmente de dos maneras: a través del fondo y a través de la forma del mensaje. El fondo del mensaje es la materialidad de lo que se quiere transmitir. La adaptación consiste en hacerlo accesible al auditorio. Los conceptos deberán ser aquellos que el auditorio pueda entender. Nadie, por ejemplo explicará la misterio de la Trinidad a unos niños de siete años, haciendo uso de la *Summa Theologica*, de Santo Tomás de Aquino. Para que la adaptación del contenido sea la adecuada se debe partir de un esquema clásico para la presentación de las ideas. El objetivo de toda comunicadora religiosa deberá ser mover las voluntades de quien lo escucha. Es un mensaje que si bien se presenta por medio de la razón deberá estar dirigido al corazón, que es la parte central del hombre. No se debe confundir corazón con sentimientos. Por corazón debemos entender sentimientos, razón y, sobretodo, voluntad. Para ello la religiosa debe buscar la unidad en el fondo del mensaje, de forma que pueda establecer el tema, fijar la finalidad general que se propone con el mensaje, fijar el fin específico, para después pasar a la propuesta o idea central. El fin de todo mensaje puede ser persuadir, mover, explicar o demostrar. Y es el tipo de fin el que nos va a dar las pautas para adaptar la forma del mensaje.

La adaptación requiere también el presentarlo en forma adecuada. Una vez que se ha establecido lo que se quiere decir y se ha estructurado con una coherencia el desarrollo del mensaje, es necesario que las formas con las que presentaremos el fondo del mensaje, sean las más adecuadas al auditorio. La finalidad de esta adaptación es la sensibilización del auditorio a las ideas o fondo del mensaje, siempre con equilibrio y proporción. Tengo por cierto que una buena comunicadora debe ser una buena actriz, en el buen sentido de la palabra. No se trata de representar lo que no siente, sino precisamente de representar lo que siente. Así, frente al mensaje de la Pasión de Cristo, sin caer en la sensiblería deberá *colorear* sus ideas, basadas en el sentimiento genuino por el sufrimiento de Cristo. Existen muchos medios para lograr la adaptación de la forma del mensaje: la parábola, la analogía, los ejemplos, las anécdotas o fábulas, las citas de libros, las comparaciones, el humor, la sana ironía. Otro elemento es la parte corporal en el momento de transmitir el mensaje. LA religiosa expresa un mensaje paraverbal mediante sus gestos su mímica. Por ello deberá estar atenta a: la distancia que hay entre ella y el auditorio, su aspecto personal, las posturas del cuerpo, la mímica o expresiones faciales, los gestos, la mirada, la orientación de su cuerpo. Son elementos externos y aparentemente banales, pero que transmiten siempre un mensaje al auditorio.

Nuevamente recalcamos el hecho de que la religiosa debe conocer con anterioridad a su auditorio y si esto no es posible, debe estar capacitada para leer en su auditorio signos de aprobación o desaprobación que le indicarán si está en el mismo canal, en la misma frecuencia que su auditorio. Esta es la parte dinámica de la psicología de la comunicación que no se queda en un nivel horizontal cerrado, del emisor al receptor, sino que se abre al hecho de que el receptor, aún sin hablar, pueda retroalimentar al emisor y así establecer una adecuada comunicación. Si la religiosa, por nervios o

⁶ Juan Pablo II, *Exhortación apostólica postsinodal Ecclesia in Europa*, 28.6.2003, n. 7

ínfulas de superioridad, se olvida del auditorio que tiene delante, el fracaso en la comunicación de su mensaje es muy probable que llegue a darse. La religiosa deberá estar atenta a las señales que el auditorio, los individuos particulares, puedan lanzarse mientras está dando su discurso. Un bostezo, cejas arqueadas denotando sorpresa, una sonrisa que dice contento, un gesto afirmativo que trasluce acuerdo con el argumento tratado, pueden perfilar el curso del mensaje y asegurar el éxito o fracaso. Si la religiosa *sabe leer* esos signos, y tiene la suficiente habilidad para cambiar o reforzar el mensaje, según los signos que observe, podemos decir que es una buena comunicadora. Si se empecina en seguir igual, serán los nervios o su soberbia la que la lleven al fracaso rotundo.

Por ello debe desarrollar una seguridad en sí misma que la lleven a una libertad de acción. La seguridad no se la dan sus capacidades –sería soberbia-, ni el auditorio –hablaríamos de coalición. La seguridad se la da la persona que representa en el mensaje: Cristo. Esta seguridad, de saberse representante de Cristo como portadora de la Buena nueva, le dará espontaneidad, sencillez y flexibilidad.

Y la seguridad va de la mano del equilibrio que debe cultivar como comunicadora. Equilibrio para que el mensaje tenga la exacta y adecuada dosis de contenido doctrinal, apoyándose siempre en el Magisterio de la Iglesia, especialmente en nuestros tiempos⁷. Un equilibrio también en la presentación de los argumentos, para no caer en el fingimiento o la teatralidad y dejar hueco de contenido el mensaje. Un equilibrio pedagógico que respete la libertad y el desarrollo de las personas.

Si es cierto que *las palabras empujan, pero el ejemplo arrastra*, las palabras de la religiosa deben transformarse en fuego que arrastre a quien la escucha. No en vano Jesucristo ha dicho “el celo de tu casa me devora”. La religiosa debe desarrollar el celo por la salvación de las almas y paliarlo a su mensaje. No nace simple y sencillamente porque ella lo quiera, es necesario desarrollarlo y formarlo. Quien tiene poco en el corazón, transmite poco, quien tiene fuego en el corazón, transmite fuego. Este celo apostólico la llevará a ser convincente, sopo ella misma, sino por el mensaje, a ser clara y fuerte. Por lo tanto empleará en forma adecuada expresiones sobrias, convincentes, elegantes y fuertes, en caso de que sea necesario.

Y por último, el mensaje debe nacer del corazón, como hemos ya hablado al inicio de este capítulo.

⁷ “Hoy más que nunca, frente a repetidos empujes centrífugos que ponen en duda principios fundamentales de la fe y de la moral católica, las personas consagradas y sus instituciones están llamadas a dar pruebas de unidad sin fisuras en torno al Magisterio de la Iglesia, haciéndose portavoces convencidos y alegres delante de todos.” Congregación para los Institutos de vida consagrada y las Sociedades de vida apostólica, *Caminar desde Cristo*, 19.5.2002, n. 32