



BAJAR A LA CALLE

MISIONERAS CRUZADAS DE LA IGLESIA | Nº 112, DICIEMBRE DE 2021



BAJAR A LA CALLE

MISIONERAS CRUZADAS DE LA IGLESIA
Nº 112, DICIEMBRE DE 2021

SUMARIO

PALABRAS DEL CARISMA.....	2
EDITORIAL Y ACTUALIDAD.....	3
A FONDO	4
IGLESIA HOY	5
EN MISIÓN EN EL MUNDO	6
TESTIMONIO.....	8

EQUIPO DE REDACCIÓN

Élida Cruz Flores
Auxiliadora Pérez
Alejandra González
Cilenia Rojas
Clarisse Motchoue
Susana María Moreno

Traducción al francés:
Françoise Christiane Essengue
Traducción al inglés:
Mary Niba

CORRESPONSALES

Ana Ofilia Mendoza (Latinoamérica Sur)
Lizbeth Mercado (Latinoamérica Norte)
María de los Ángeles Mejía (Europa)
Monique Kapche (África)

EDITA

Misioneras Cruzadas de la Iglesia
C/. Madre Nazaria, 3 · 28044 Madrid
Tel: 91 462 46 11 / 91 466 73 25
E-mail: bajaralacalle@miscruzsiglesia.com

ADMINISTRACIÓN

Josefa Garrido

APORTACIONES VOLUNTARIAS

Sabadell-Atlántico.
Príncipe de Vergara, 125 · 28002 Madrid
Nº de cuenta: 0081-0640-67-0001100418

DEPÓSITO LEGAL: M-12.061-1998

DISEÑO, MAQUETACIÓN Y PRODUCCIÓN

ARTS&PRESS

Síguenos en:

📧 (@mnazariaignacia)

🌐 www.facebook.com/nazariaignaciamaarch mesa-
canonización

PALABRAS DEL CARISMA

“Y ESTO OS SERVIRÁ DE SEÑAL: HALLARÉIS
A UN NIÑO ENVUELTO EN PAÑALES Y
ACOSTADO EN UN PESEBRE” (LC 2, 12)

Niño, pañales y pesebre son los signos para reconocer a Dios. Pequeñez y humildad, cercanía y proximidad. La Navidad es el misterio de Dios con nosotros; tan de cerca y tan desde dentro que Dios vive la existencia humana arraigado en un tiempo y un espacio, en un momento de la historia y en una cultura concretos.

Navidad no es solo celebrar el nacimiento como hecho puntual. Sería, así entendida, una festividad que mirara nostálgicamente al pasado. Navidad es la apasionada y tierna opción de Dios por la humanidad entera; porque “desde abajo y desde dentro”, desplegándose lentamente como un brote tierno, expande su mensaje de amor a todas las personas, en todo el mundo. Ayer y hoy, aquí y allá...

La Encarnación es un modo de ser de Dios. Jesús, cercano a las personas, comunica la compasión y la misericordia, siempre buscando un lenguaje familiar a sus oyentes, dando respuesta a los intereses de aquellos hombres y mujeres. En este misterio encontramos, muchos siglos después, el sentido y la razón para que una de nuestras prioridades de misión sea “Evangelizar en la cultura virtual”, porque queremos seguir acercando el mensaje del amor de Dios a los hombres y mujeres de nuestro tiempo, hablarles hoy con palabras e imágenes de hoy.

Sintiéndonos discípulas y discípulos del Hijo, nuestra evangelización está llamada a ser dinámica y creativa, acompañando el devenir de la historia; pero, sobre todo, ha de hacerse “desde abajo, desde cerca y desde dentro” haciéndose próximo a aquellos que necesitan experimentar la compasión y el amor del Padre, en todos los lugares donde se encuentren, también en los “virtuales”.

Felicitarnos la Navidad es celebrar la proximidad y sencillez de Dios. †

M. MARÍA JOAQUINA LOZANO LÓPEZ
SUPERIORA GENERAL

La Iglesia debe evangelizar también en el mundo digital. Las calles del mundo son el lugar donde la gente vive, donde es accesible afectiva y efectivamente. Entre esas calles también se encuentran las digitales, pobladas de humanidad, a menudo herida. Abrir las puertas de las iglesias significa, además, abrirlas al mundo digital. Las redes, por tanto, son un espacio antropológico, no una realidad paralela. Una calle donde bajar...

EDITORIAL

EL PODER DE LA TECNOLOGÍA Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACIÓN

La fidelidad a nuestro Carisma nos hace mirar el mundo de forma continua y desde los márgenes. Esta mirada nos permite constatar las consecuencias de los grandes problemas globales, que se convierten en desafíos. Uno de ellos, es el poder de la tecnología y su influencia en la comunicación, la desproporción entre el desarrollo tecnológico y humano, las posibilidades digitales y la exigencia ética para su manejo.

Ante ello, en el XV Capítulo General se nos envía a evangelizar en la cultura digital.

En este número queremos recoger, no solo algunas experiencias misioneras que se realizan en torno a la cultura digital, sino los desafíos evangelizadores a los que nos vemos abocados.

Uno de ellos, es la gran brecha social que la cultura digital pone de relieve. Mientras que hay un 55% por ciento de usuarios de internet, hay un 45 por ciento que no tiene acceso a él. Con el consecuente desfase en comunicación y accesibilidad a servicios y productos.

Otro conjunto de ellos son los nuevos elementos culturales que lo digital implica: la construcción de la identidad, el sentido de pertenencia, la expresión de sí mismo, los valores y el lenguaje. Las jóvenes generaciones, aunque no solo, están siendo marcadas por lo virtual.

No podemos dejar de lado la vivencia eclesial que está siendo marcada por el sínodo. La sinodalidad es método y contenido, es un camino abierto que nace del Evangelio mismo: ser una comunidad fraterna convocada por el Padre Dios. †

ACTUALIDAD

CAMINAR JUNTOS, CON TODOS Y A TIEMPO

Cuando hace décadas se abrieron las puertas y ventanas de la Iglesia para que entren los aires nuevos de la historia, poniéndose al día con el ritmo de la Humanidad, la asamblea conciliar de entonces no podía vislumbrar claramente por qué rumbos sería conducida. Los procesos en la Iglesia son lentos, pero continuos. Nada detiene sus pasos porque es el viento del Espíritu el que los impulsa. Y como no es un camino individual ni de unos pocos elegidos para liderar, caminar juntos supone paciencia, acompañar el paso atendiendo a las necesidades de todos, escuchando las múltiples voces y respetando el ritmo universal... «No es lo que im-

porta llegar solo ni pronto, sino con todos y a tiempo», sostenía León Felipe.

Este es el *espíritu sinodal* de la Iglesia que hoy se retoma con fuerza a partir de la convocatoria del papa Francisco. Es el modo propio de ser Iglesia desde su origen, que la fatigante marcha de la historia ha desgastado con el peso de las estructuras sobre sus hombros. El viento del Espíritu llega ahora para refrescarnos y hacernos volver la mirada a esta praxis originaria, de modo que hagamos una verdadera conversión, siempre necesaria.

Pero como no se aprende sino haciendo, este Sínodo une método

y contenido en su propio desarrollo. Se trata de profundizar sobre la *sinodalidad* haciendo *camino juntos*, con todos los bautizados, porque ese es el sentido *sinodal*. Una oportunidad para expresarnos, opinar, ser escuchados por quienes luego tomarán decisiones. Un momento providencial para dejar que el Espíritu hable a las Iglesias y las Iglesias hablen, guiadas por el Espíritu. †

H. SUSANA MARÍA MORENO, MCI



LA COMUNICACIÓN DE LA FE: EN BUSCA DE LA EFICACIA PERDIDA

JOAN FERRÉS I PRATS

Agradecemos a la revista *Vida Nueva* la autorización para publicar una síntesis del Pliego 3.222 (mayo 2021)

Pretender influir sin conocer y sin saber gestionar los mecanismos mentales emocionales e inconscientes de las personas es como tirar contra un muro conceptos y valores para ver si se pegan, dice el neuromarketing. La neurociencia aporta una nueva luz para aquellos que pretenden influir en los demás. La comunicación ha de incluir tanto los contenidos que comunica, como el modo en que funciona la mente de las personas con las que se ha de comunicar.

Los comunicadores suelen expresar la convicción de que el que más sabe sobre un contenido será el que mejor lo comunique. O de que quien está más apasionado por un valor será el que mejor contagie esa pasión. Es falso. Poseer unos valores no garantiza que se sepan comunicar o contagiar.

EL PRINCIPAL OBSTÁCULO PARA COMUNICAR

Prestar atención a las estrategias de la publicidad nos puede ayudar a recuperar los parámetros en los que se movía el estilo comunicativo de Jesús. Un estilo que conecta con lo que sugiere la neurociencia, para garantizar la eficacia de la comunicación persuasiva.

¿Cuál es el principal obstáculo para conseguir los objetivos como comunicador? Si respondemos: “la falta de interés y motivación en los receptores”, nos estamos eximiendo de responsabilidad. Los publicistas asumen la responsabilidad de motivar a sus interlocutores. Cuando preparamos

la comunicación, hemos de asumir la responsabilidad de lograr que nos abran la puerta y preguntarnos cómo conseguirlo. Debemos asumir el compromiso de vencer la indiferencia del interlocutor, hacer frente a sus reticencias, motivarlo, despertar su interés, suscitar su deseo.

LO QUE QUEREMOS LOGRAR

Cuando se pregunta a educadores de la fe qué objetivo pretenden lograr con sus mensajes, abundan las respuestas centradas en una transmisión (no intercambio) de carácter estrictamente cognitivo. Esto se refleja en las homilías y las catequesis. Buscan más transmitir conocimientos que compartir experiencias.

Conocimiento y comprensión son imprescindibles, pero insuficientes. El saber sólo moviliza si va acompañado del sentir. La emoción y el deseo son imprescindibles para la movilización. Recordemos que el núcleo de la fe cristiana no es un cuerpo doctrinal, sino una experiencia de vida. Jesús no es la Palabra de Dios hecha dogma o ley, sino hecha carne, vida. El objetivo último de la fe no es comprender, asentir o adherirse cognitivamente a una palabra. Es vivir la Palabra, experimentarla.

La importancia del cerebro emocional en los procesos mentales fue descubierta por la neurociencia. La neurobiología postula que no hay acción humana sin una emoción que la funde como tal y la haga posible como acto.

Otra falacia es la creencia de que hay personas que se mueven por emociones y personas que se mueven por ideas y valores. Todo el mundo se mueve por emociones. Lo que distingue a unas personas de otras es el tipo de emoción que las mueve. Cuando se dice de al-



guien que se mueve por valores, habría que decir que mueve por la pasión por esos valores. El pensamiento sólo mueve cuando tiene una carga emocional. Por ello, el comunicador moviliza activando la fibra emocional de sus interlocutores. El gran enemigo de la comunicación de la fe es la indiferencia.

POTENCIADORES DEL QUERER

La neurobiología dice que la diferencia entre razón y emoción es que la emoción lleva a la acción, mientras que la razón lleva a formular conclusiones. ¿Pretendemos transformar o nos basta que saquen conclusiones?

De las aportaciones de la neurociencia se deduce que sólo es potente un mensaje si en él están representados tanto los intereses del interlocutor como los contenidos. Los mensajes de la publicidad son potentes porque están en sintonía con las inquietudes de los destinatarios. Ese es el estilo comunicativo de Jesús. Si habla de un sembrador, una persona asaltada y herida en un camino, un hijo que abandona a su padre o una mujer que pierde una moneda, es porque estas historias formaban parte de la vida cotidiana, las inquietudes, miedos y deseos de sus interlocutores. Por eso, el mensaje de Jesús era en su tiempo tan potente como lo es hoy el de la publicidad.

Jesús hablaba de semillas, de cizaña y de pan porque era lo que interesaba a la gente. La Iglesia habla de semillas, de cizaña y de pan porque es de lo que hablaba Jesús. Para ser fiel a Jesús, tanto o más importante que repetir de manera textual lo que dijo, es preguntarse cómo y por qué lo dijo. En el primer plano de la comunicación de Jesús estaban siempre los intereses de sus interlocutores. Para llevarlos más allá, pero partiendo de ellos.

LA TRANSFERENCIA COMO COMPONENTE DEL MENSAJE POTENTE

Tal vez el educador de la fe se sienta incómodo con la invitación a imitar el estilo de la publicidad y prefiera el de los mediadores. Al fin y al cabo, el creyente está llamado a mediar entre Jesús y las demás personas.

El marketing señala la necesidad de dedicar un tiempo grande en la preparación, para detectar los gustos de los interlocutores y ponerlos al servicio de los intereses de la mediación. A la capacidad de detectar los intereses (sintonía) se le ha de añadir el saber canalizarlos (transferencia) hacia el objetivo del proceso comunicativo.

LA NEUROCIENCIA DESTACA LA IMPORTANCIA DEL DESEO

Solo se puede construir un nuevo deseo a partir de los deseos previos. El comunicador de la fe, como el navegante, ha de detectar los vientos y canalizarlos en la dirección adecuada. El navegante no se queja si no le gustan los vientos. Los detecta y los gestiona para lograr sus objetivos.

Jesús parte del hambre de sus interlocutores para anunciarles que él es el pan de vida. De la necesidad de luz del ciego de nacimiento anuncia que él es la luz del mundo. Parte del dolor de una familia ante la muerte para anunciar que él es la resurrección y la vida. Jesús asume la misión de pontifex: construye puentes entre el hombre y Dios. La eficacia de Jesús se basa en la capacidad de asumir el interés del interlocutor y canalizarlo hacia el objetivo de la comunicación.

LA POTENCIA COMUNICATIVA DEL STORYTELLING

Una última consideración en tomo a una nueva coincidencia entre el estilo comunicativo de Jesús y los parámetros para la eficacia comunicativa que establece hoy la neurociencia. Se sabe por los evangelios que Jesús concedía una gran importancia a los relatos. En los textos evangélicos aparece una colección variadísima de parábolas. Hoy la ciencia certifica la validez del estilo comunicativo de Jesús. La neurociencia ha descubierto que, en la comunicación persuasiva, el relato es mucho más eficaz que el discurso. El relato activa el sistema motor del cerebro realizando mentalmente las acciones de los personajes de la historia. También el sistema emotivo, sintiendo lo mismo que los personajes.

El relato suscita una respuesta integral: llega al sistema cognitivo mediante la activación de los sistemas perceptivo, motor y emotivo. Este potencial integrador y movilizador del relato puede ser aprovechado por el educador de la fe para incrementar su eficacia, sintonizando con el interlocutor para ayudarle a ir más allá.

Jesús mostró siempre una gran capacidad de empatía, de sintonía, sobre todo con los colectivos más desfavorecidos. Y suscitaba una respuesta positiva porque irradiaba una intensa fuerza interior y mostraba una gran capacidad de empatía. Dos requisitos indispensables –nunca suficientes– para la eficacia de quien pretende dar testimonio de su fe.

A MODO DE SÍNTESIS

El educador de la fe ha de ser consciente de que es necesaria una profunda experiencia de fe, así como la capacidad de sintonizar con el interlocutor y movilizar su cerebro emocional. Tener pasión por lo que anuncia y capacidad para detectar y gestionar las emociones de sus destinatarios. Antes de convertir a Dios en objeto de conocimiento, hay que convertirlo en objeto de deseo. Y, para contagiar ese deseo, el comunicador de la fe debe sintonizar con los deseos de los demás. †

IGLESIA HOY

Expectantes ante un momento histórico

La Iglesia en América Latina y el Caribe está dando un nuevo paso en su ya largo caminar continental. Enmarcada en este espíritu de escucha sinodal, el CELAM ha ampliado su periódica convocatoria llamando a su Primera Asamblea Eclesial, donde han sido invitados a participar todos los bautizados en un proceso de escucha recogido luego en un documento, base del trabajo realizado en la reciente etapa presencial.

La realidad de la pandemia, la creciente exclusión, el clamor de la tierra y la urgencia de cuidar el planeta, la violencia creciente, las grandes brechas educativas y la necesidad de un pacto educativo global, los migrantes, refugiados y las víctimas de trata como los nuevos rostros de la cultura del descarte, la globalización y necesaria democratización de la comunicación social, la información llena de conocimientos fragmentados que urgen una visión integradora, el debilitamiento de los procesos políticos y democráticos, el envejecimiento de la población, el aumento del número de personas que se dicen no creyentes, agnósticas o ateas, el crecimiento de las iglesias evangélicas y pentecostales en el continente y los nuevos desafíos de la familia y sus diferentes realidades, generan grandes expectativas sobre las conclusiones y propuestas de esta Asamblea de cara a la evangelización en Latinoamérica. †

H. SUSANA MARÍA MORENO, MCI

EN EL MUNDO

LA EVANGELIZACIÓN HOY

CHILAPA, MÉXICO

H. ASUNCIÓN SOTO ÁLVAREZ, MCI

Hoy, más que nunca, tenemos que reflexionar recordando cómo ha sido la evolución de la evangelización a través de los tiempos. Antes, evangelizar suponía exponer oralmente las maravillas de Dios que nos quiere, nos ama y “trabaja” dándonos su perdón y su ternura. Después, ya no fue solo este anuncio, sino “estudiar” y “retener de memoria” la doctrina de la Iglesia en forma de preguntas y respuestas con unos “libritos” llamados catecismos. Hoy día, el hecho de evangelizar es más bien con el ejemplo y testimonio de cada uno de los cristianos. Este testimonio se ha dado no solo de viva voz, sino que es difundido a través de pantallas y monitores.

Esto hemos hecho en Chilapa desde que empezó la pandemia. El ánimo misionero no ha dejado de funcionar durante estos casi dos años. Hemos tenido las asesorías de Teología a Distancia en línea a más de ocho grupos, dos veces por mes. Y nos dimos a la tarea de hacer mensualmente desde marzo del año pasado, también en línea, un taller con

las características de cada mes: Cuaresma, Pascua, Sagrado Corazón de Jesús, estudio Bíblico, etc. Todo ello ha tenido una gran repercusión en nuestro contexto territorial.

Damos gracias a Dios por esta nueva oportunidad de poder evangelizar, de anunciar en línea el mensaje del amor de Dios y de mostrar, una vez más, que Dios nos quiere, nos ama y seguimos siendo sus hijos, aunque alguna vez nos escapemos de sus brazos. †



¡ARRIÉSGATE!, HAZTE INFLUENCER DE CRISTO

SUCRE, BOLIVIA

EQUIPO ORGANIZADOR SUCRE



Jóvenes atraídos por el carisma misionero de Santa Nazaria, jóvenes llevando el Evangelio a otros chicos y chicas: el reto del 8º Encuentro JUMINI. Este encuentro tiene una trayectoria en la provincia de Latinoamérica Sur. Va pasando de una comunidad a otra.

Este año, después de la pandemia, ha sido en modalidad mixta –en línea y presencial– uniendo a jóvenes de cinco países. Argentina, Bolivia, Chile, Honduras y Perú se han dado cita durante tres días para dialogar, orar y reflexionar. Previamente, cada grupo de jóvenes reflexiona y prepara el encuentro. Esta reunión fortalece el sentido de familia. Un dinamismo que hace que los jóvenes inviten a otros a unirse.

La comunidad anfitriona se apoya en un equipo conformado por misioneras y laicos. Este equipo no sólo pone en juego toda su creatividad para animar el encuentro, sino que debe resolver todas las situaciones logísticas y coordinar el trabajo.

La cultura digital está presente, no sólo como plataforma que posibilita las diversas reuniones en línea, sino también como herramienta que convoca a través de diversos canales. También es el lenguaje que moviliza a los jóvenes. Retos, donde lo virtual –publicar en mi página un Cristo joven, diseñar una imagen de Jesús...– lleva al compromiso real: acercarme al marginado, al despreciado.

Como equipo, tenemos muchos desafíos por delante: crecer en alcance, seguir cruzando fronteras para llegar a otros continentes, lograr un encuentro semipresencial en cada país, agrandar el equipo... Pero el desafío más grande es seguir tocando corazones, estar presentes en estas calles virtuales pobladas de gente. †



EQUIPO DE COMUNICACIÓN DE LA PROVINCIA EUROPA ÁFRICA MCI

H. ARACELI GUARDEÑO, MCI

Tenemos muy claro nuestro cometido: evangelizar en la cultura digital. Específicamente, difundir el Evangelio y el carisma en las redes sociales, presentando una visión constructiva y propositiva de la Iglesia. Somos un equipo de trabajo, conformado por hermanas y laicos, gestionando contenido multimedia en las redes sociales.

Sabemos que cada red social tiene un público y, por ello, hemos abierto dos perfiles distintos. Como provincia, publicamos noticias en Facebook y Twitter, dirigido a un público adulto. Como Pastoral Juvenil, nos dirigimos a un público joven transmitiendo mensajes -imágenes, vídeo, textos- en esas mismas redes sociales y en Instagram y un canal de YouTube. Hemos elaborado varias campañas. Unas, para rezar juntas como comunidad congregacional. Otras, difundiendo el carisma y testimonios misioneros de la Obra Total.

Llevamos tres años reuniéndonos. Programamos el contenido a publicar, evaluamos la resonancia de las noticias. Además, nos formamos, tanto técnicamente como en los criterios para la publicación misionera. En reuniones bimensuales acordamos el contenido, que puede ser acorde a los tiempos litúrgicos, actualidades eclesiales y del mundo, o sobre actividades propias.

De cara al futuro vemos varios retos: incorporar a gente joven al equipo, publicar la sección "píldoras de fe", elaborar un banco de imágenes de calidad, seguir formándonos técnicamente, contar con mejores programas de diseño multimedia.

Somos un equipo vivo y dinámico, difusor y aprendiz. Descubrimos habilidades de diseño, creatividad, innovación entre nosotros. Nos une que, como San Pablo, sentimos en nuestro interior el grito "¡Ay de mí, si no anuncio el Evangelio!". †

BRECHA DIGITAL

H. LYDIE NDOMO, MCI

La cultura virtual, con toda su potencialidad y oportunidades, no puede esconder lo que es evidente. La gran distancia social que existe en nuestros días al interior de países y entre unos continentes y otros.

La población mundial que puede conectarse a internet es un 55 por ciento. Nosotras estamos dentro del 45 por ciento que no tiene acceso al conocimiento, a las posibilidades comunicativas y a la visión global que ofrece la red.

Esta brecha la vivimos en nuestras escuelas: al estar insertas en barrios marginales y sin recibir ayudas estatales, contamos con muy pocos recursos.

Si bien la informática entra en el programa educativo y hemos capacitado a nuestros profesores en ello, la escasez de ordenadores hace que el conocimiento sea muy limitado.

Llega la hora de la clase de informática. Los alumnos son acompañados por su profesor a la sala de informática. Una sala pequeña en la que se sitúan los ordenadores. Los alumnos deben de sentarse en grupos de 2 ó 3, y turnarse en el ejercicio que su profesor les indica. Como único elemento acondicionador, un pequeño ventilador. La capacidad limitada que tenemos para reponer las unidades que se descomponen, hacen que la clase sea desmotivadora para profesores y alumnos.

Los contenidos son muy limitados. Se centran en los programas de procesamiento de texto y de imágenes. No tenemos acceso a internet. Ni los alumnos lo tienen en sus casas. La brecha digital es enorme. †



TESTIMONIOS

LA LECCIÓN QUE MÁS TIEMPO ME COSTÓ APRENDER

LUIS COBREROS (ECONOMISTA, ANTROPÓLOGO, VOLUNTARIO)

21 de marzo de 1994. El avión salió de Madrid con un tiempo de vuelo previsto de unos 50 minutos. La aeronave llegó a las proximidades de Vigo en el tiempo previsto. La densidad de la niebla hizo que el avión colisionara y se incendiara, afectando prácticamente a todo el exterior del aparato.

En esos momentos fui claramente consciente de que la muerte era inminente; el pánico y la incredulidad ni asomaron, en su lugar una inesperada sensación de paz y tranquilidad...

Pero por un cúmulo de circunstancias técnicas no habituales, el avión no explotó y pudimos salir por la única vía practicable. Los pasajeros desalojamos y ayudamos a los heridos a abandonar el avión.

A partir de esta experiencia cambié muchas percepciones y criterios para el resto de mis días: aprendí a relativizar y tomar distancia ante los avatares que se presentan.

Formado en Ciencias Económicas y Empresariales he tenido una carrera profesional realmente exitosa y dedicada al mundo de la empresa. Emprendedor y gestor de empresas a nivel multinacional, la rentabilidad y el crecimiento eran mi único norte.

Un nuevo percance volvió a tocar mi vida para cambiarla: el estrangulamiento financiero en la crisis de 2009, que coincidió con la etapa de lanzamiento de un ambicioso proyecto, y que hizo que todo se fuera al traste.

Ya con una edad avanzada y sin capacidad financiera para poder volver a levantar el vuelo empresarial y después de una vida de frenética actividad, me encontré sin nada que hacer... estaba otra vez en el suelo, con angustia, miedo, incredulidad, depresión y desorientación.

La ayuda y comprensión de mi mujer y mis hijos fueron claves en esos momentos. Me animaron a que preparara y me presentara a unas oposiciones de funcionario dado que, durante mi vida laboral, había mantenido mis hábitos de estudio.

La experiencia de funcionario gestionando las solicitudes de paro y subsidios, lejos de ser frustrante para alguien que había navegado por las alturas empresariales, me descubrió un mundo de satisfacción laboral. Descubrí las enormes posibilidades de ayuda y atención a otras personas, los desempleados, que estaban

pasando por una situación que yo acababa de vivir. Gestionaba expedientes, orientaba sobre las diferentes opciones, les trataba con comprensión ante sus problemas. Incluso, fuera del horario de trabajo, ayudaba a redactar currículos, aconsejaba sobre puertas a las que llamar. Todo ello me hacía experimentar una satisfacción personal que nunca, ni en los días más gloriosos de mi anterior etapa, había sentido.

Durante este tiempo de funcionario tuve tiempo para desarrollar otras habilidades y ocupaciones diversas, que pasan por el ciclismo, los idiomas –italiano y aún hoy estoy luchando (...y voy perdiendo) contra el alemán–, cursos de programación, desarrollo de apps y de páginas web, edición digital, música.

La gran lección para mí –después de tantas y tantas historias, anécdotas, luchas, viajes, estudios, trabajo, tiempo, dedicación– es de lo más simple: que la mayor satisfacción personal no la consigues cuando tienes éxito, sino cuando eres útil a otras personas sin esperar nada a cambio. Las decenas de gestos gratuitos eran fuente de una profunda alegría para mí.

Todo ello me ha hecho entrar al mundo del voluntariado. Primero, me he dado cuenta que soy uno de los alumnos más retrasados en la materia y por ello, trato de que no sea muy tarde. Me pongo en marcha con lo que sé, los aprendizajes realizados en el mundo digital me han permitido hacerme cargo de la renovación de la página web de la ONG Bajar a la Calle, formar parte del equipo de comunicación de las Misioneras y gestionar algunas de las redes sociales como elementos para difundir el Evangelio.

Busco expandir las redes. Que el contenido sea de una fe que se encarna, por lo que versan sobre los Derechos Humanos y temas de actualidad. Que en la forma sean atractivos y que interpelen, por ello, muchos de ellos son multimedia.

Y, en esas estamos. No solo no tengo tiempo para aburrirme, sino que estoy realmente agradecido cuando se cuenta conmigo para echar las manos que sean precisas, con las habilidades y conocimientos que puedan ser útiles. Desde hacer unas lentesjas a pelear por una subvención o para hacer una web o un video. †

