

226439



III CONGRESO 'NO SIN MI DIRCOM'

**La comunicación  
interna... ¡en su punto!**

## SUMARIO

ABRIL 2025. N° 49

### 4 COMUNICAR COMO JESÚS

CRÓNICA DEL CONGRESO  
‘NO SIN MI DIRCOM’

### 6 UN ‘MASTERCHEF’ CON TRANSPARENCIA Y CONFIANZA

8 VALENTINA ALZARIKI:  
“FRANCISCO SIEMPRE HA SIDO  
SU PROPIO PORTAVOZ”

### 10 EL SILENCIO NO ES RENTABLE GEMMA MORATÓ, OP

### 12 FUNDACIÓN NOVATERRA

UN PROYECTO FINANCIADO  
POR LA CONFER

### 14 INVERTIR SEGÚN EL PLAN DE DIOS

FERNANDO FUENTES

### 15 SABÍAS QUE...

CÓMO AVANZAR  
EN LA MISIÓN COMPARTIDA

### 16 SÍGUENOS

### Fe de erratas

Por un error de edición, en el reportaje ‘Tres píldoras de esperanza aquí y ahora’ de la edición impresa del número 48 de ‘Somos CONFER’ (febrero 2025) se intercambiaron los testimonios de María Luisa Berzosa, FI; y Aurelio Cayón Díaz, SSCC

### Yo también SOY CONFER



**Nombre:** Charles Chianugo

**Apellido:** Umeakuji

**Congregación:** Orden de San Agustín

**Aquí vivo...** Pertenezco a la provincia agustina de Nigeria, aunque ahora estudio y vivo en la comunidad de San Manuel y San Benito, cerca del Retiro (Madrid), que forma parte de la provincia de San Juan de Sahagún.

**Quién es mi prójimo...**

Cada persona que me encuentra. A través de cada uno y cada una de ellos podemos encontrar a Cristo cada día.

**La Vida Religiosa es para mí...**

La manera a través de la cual la Iglesia ha intentado revivir el mandato de Dios, con los compromisos evangélicos de pobreza, fidelidad, celibato, obediencia y, sobre todo, fraternidad.

**Mi vocación en una palabra...**

Un don que Dios me ha dado a través de la cual puedo también ser un don para otro.

**Frase de mi fundador:** “Nos hiciste, Señor, para ti, y nuestro corazón está inquieto, hasta que descance en ti”.

### UNA IMAGEN para compartir

CONFER - Conferencia Española de Religiosos  
@MediosConfer



Seguimos rezando por la salud de @Pontifex\_es  
Unámonos en oración por su pronta recuperación



Imagen de portada: Víctor Recuerda, Tamara Cordero y Javier Valiente, participantes en el congreso ‘No sin mi dircom’. Foto: Jesús G. Feria



Conferencia Española de Religiosos  
c/ Núñez de Balboa, 115 BIS Entreplanta.  
28006 Madrid. Tel.: 91 519 36 35

### Somos CONFER

somosconfer@confer.es. **Presidente:** Jesús Díaz Sariego, OP. **Vicepresidenta:** Lourdes Perramon, OSR.

**Secretario General:** Jesús Miguel Zamora, FSC. **Secretaria General Adjunta:** Silvia Rozas, FI. **Web:** confer.es

### ÁREAS Y SERVICIOS

Administración: administracion@confer.es

Asesoría Jurídica: asesoriajuridica@confer.es

Centro Psicológico: centropsicologico@confer.es

Tfno.: 915 195 656

Comunicación: comunicacion@confer.es

Estadística: ana.hiniesto@confer.es

Formación: formacionyspiritualidad@confer.es

**Dirección editorial:** José Beltrán. **Redacción:** Eva Silva, Irene Yustres, Charo Comis y Rubén Cruz. **Diseño:** Amparo Hernández. **Fotografía:** Archivo Vida Nueva y Jesús G. Feria. **Edita:** PPC. **Imprime:** Jomagar. Todos los contenidos son elaborados por CONFER, con apoyo editorial de Vida Nueva.

**Internet:** soporteit@confer.es

**Justicia y Misión:** misionycooperacion@confer.es

justiciaysolidaridad@confer.es;

social@confer.es; migraciones@confer.es

**Misión Compartida:** misioncompartida@confer.es

**Pastoral Juvenil Vocacional:** pastoraljuvenilvocacional@confer.es

**Regionales y Diocesanas:** regionalesydiocesanas@confer.es

**Sociosanitaria:** sociosanitaria@confer.es

## Corresponsables en la transparencia

**L**a sinodalidad, como estilo de ser Iglesia, emanada del Evangelio, está llamada a aterrizarse en cada uno de los rincones de cada comunidad cristiana. Tanto en las decisiones de gobierno sobre las obras apostólicas como en materia financiera. Y, por supuesto, en la comunicación. Si la sociedad ha dado carpetazo desde hace tiempo a un proceso unidireccional y vertical en materia informativa, los cristianos no pueden quedarse atrás. Esa es la razón de ser del congreso 'No sin mi Dircom', que en su tercera edición se ha erigido en un foro de reflexión sobre lo que sucede de puertas para dentro en los institutos de vida consagrada. No se puede anunciar desde la verdad lo que somos y hacemos, si hay lagunas en las comunidades. La comunicación interna es mucho

más que una estrategia corporativa. Es un pilar fundamental que deja entrever la salud de cada congregación. No hay comunicación si no hay comunión. Si en cada casa, en cada demarcación, no se cuidan detalles como el hecho de anunciar en tiempo y forma, a la persona y al grupo, un traslado, un cierre o compartir una nueva iniciativa pastoral. Y menos aún si prima el silencio o la ocultación. De ahí la relevancia de dignificar la comunicación, con un plan integrado en los consejos de gobierno y apostando por profesionales que no sean vistos como meros técnicos, sino como hermanos en misión compartida. Un compromiso comunicativo corresponsable aviva un carisma y permite anunciar con coherencia y transparencia el Evangelio hoy. ☩

### LA VOZ DEL PRESIDENTE

#### El rostro de la Pascua

«Oigo en mi corazón: 'buscad mi rostro'. Tu rostro buscaré, Señor» (Sal 26, 8). Aún resuenan estas palabras del Salmo 26. Las hemos escuchado en el segundo domingo de cuaresma, domingo de la Transfiguración, antesala de la Pascua del Señor que ahora celebramos. **LUCAS** a su vez, nos relata la experiencia de la transfiguración de **Jesús** con estas palabras: «Y, mientras oraba, el aspecto de su rostro cambió y sus vestidos brillaban de resplandor» (Lc 9, 29). Es el momento en el que la condición humana de Jesús se encuentra con Dios. Este encuentro, en el rostro transfigurado del Señor, nos ayuda a vivir la Pascua.

El 'rostro', en la cultura hebrea, era lo más propio de una persona. Por esta razón, se nos invita a comprender el misterio que el 'rostro' encierra, tan próximo e impenetrable al mismo tiempo. La Pascua tiene que ver con el rostro transfigurado de Jesús y desde él con nuestro propio rostro. El rostro personal, único e irrepetible, adquiere en la experiencia pascual su mejor dignidad y expresión.

¿Cómo vivir la Pascua desde esta experiencia de fe cuando la humanidad, en sus diferentes rostros, está llamada a encontrarse con el Resucitado? Los consagrados hacemos el esfuerzo diario de buscar y hallar en el rostro de las personas a las que amamos y servimos la huella de Dios. En nuestra forma de vida y en los compromisos apostólicos que hemos asumido reforzamos esta vivencia esperanzada; una vocación que quiere transformar la realidad de las personas. Para ello ofrecemos nuestra oración intensa, sentida y consciente; pero también contamos con el compromiso activo de tantos y tantos religiosos y religiosas que en su día a día se dejan la piel acompañando a rostros humanos concretos.

Vivamos la Pascua, por tanto, desde la búsqueda del rostro del Señor en tantos hombres y mujeres ajados por la vida; maltratados en su dignidad personal; perseguidos por sus creencias religiosas; no amados o queridos por nadie en su más radical soledad; castigados injustamente por las guerras, el hambre y la desnudez; despojados en su pobreza más extrema. En fin, tantos rostros humanos sufrientes y necesitados de transfiguración a los que la vida consagrada ama, acompaña y atiende. ¡Feliz Pascua de Resurrección! ☩



JESÚS DÍAZ SARIEGO, OP  
Presidente de la CONFER

# Comunicar como Jesús, desde dentro hacia afuera

*Madrid acoge el congreso 'No sin mi dircom' centrado en reforzar la comunicación interna de las congregaciones*

JOSÉ BELTRÁN

**L**os doce pasaron por su crisis de comunicación interna, pero lograron magnificar su comunicación externa". Con esta reflexión de **Jesús Díaz Sariego, OP**, presidente de la Conferencia Española de Religiosos (CONFER), arrancó el III Congreso de Comunicación 'No sin mi Dircom' que se celebró el jueves 21 de marzo en Madrid.

Bajo el lema 'Una comunicación interna corresponsable', el Espacio Maldonado es la sede de este foro de reflexión promovido por el Departamento de Comunicación de la CONFER que reúne tanto a los responsables de comunicación de diferentes institutos de vida consagrada como a los religiosos que forman parte de gobiernos generales y provinciales. Este particular *think tank* combinó las conferencias, en manos de la vaticana **Valentina Alazra-ki**, la dominica **Gemma Morató** y el claretiano **José Enrique García Rizo**; con un coloquio y unos talleres liderados por el equipo de reflexión de comunicadores de la CONFER.

"La comunicación interna no se identifica como un fin en sí mismo, sino como un medio para fortalecer la identidad corporativa y comuni-

taria", explicó el presidente de la CONFER como punto de partida de este encuentro. El también provincial de los dominicos presentó la escucha como "el primer eslabón de una cadena que construye las relaciones interpersonales e institucionales", pero especialmente en la Iglesia. A partir de ahí, instó a los presentes a promover "una comunicación corresponsable de escucha mutua".

Y lo verbalizó, desde el convencimiento de que "los principales embajadores de una institución son sus propios miembros". "Todos los miembros de una institución comunican, para bien o para mal", dejó caer. Por ello, ofreció tres rasgos que deberían asumir todos los componentes de un equipo eclesial: "informados, integrados y motivados".

Para Díaz Sariego, "una adecuada comunicación hacia el interior favorece a su vez la comunicación externa". "Si estamos mejor comunicados en el interior, somos más creativos en la comunicación hacia el exterior", desarrolló.

Fue en este punto cuando invitó a los religiosos españoles y a sus equipos a sumarse a "una comunicación interna creativa acorde con Jesús de Nazaret". Así, presentó a Jesús como un narrador creativo, lo mismo a través de las parábolas que en su manera de dirigirse a cada una de las personas con las que se encuentra. "Es un gran maestro de la comunicación", sentenció.

Las palabras de Díaz Sariego encontraron correspondencia directa



Jesús Díaz Sariego, durante la apertura de la jornada

Algunos de los participantes del congreso, durante el trabajo en grupo



con uno de los ponentes, el misionero claretiano José Enrique García Rizo. Portavoz internacional de los misioneros claretianos, el sacerdote sevillano defendió ante el auditorio que "una buena comunicación no garantiza un buen gobierno", pero "una mala comunicación sí garanti-



El claretiano José Enrique García Rizo



za un mal gobierno por muy buenas cosas que se hagan".

Así lo expresó este colaborador del Dicasterio para los Institutos de Vida Consagrada y Sociedades de Vida Apostólica en su intervención, en la que hizo hincapié en la necesidad de una comunicación "motivadora

y que empuje a la gente hacia adelante, que esté al servicio de la misión". García Rizo compartió que "la revolución de la sinodalidad" con su correspondiente corresponsabilidad ha de aterrizarse también en materia de comunicación interna de las congregaciones. Para ello, defendió la necesidad de promover una escucha activa y reforzar los canales informativos.

Aterrizando en medidas concretas, el misionero claretiano se detuvo en una acción imprescindible: contar con un plan de comunicación aprobado por el correspondiente gobierno que cuente con medios y recursos para implementarse.

A la par, reivindicó una renovación estructural en materia comunicativa, teniendo en cuenta tanto el perfil intergeneracional de las comunida-

des, la renovación tecnológica, pero también la diversidad intercultural de la congregación.

"Resulta importante no llevar a cabo una comunicación agresiva y unidireccional, sino compartida y horizontal", especificó el especialista claretiano. En paralelo, apreció que "la comunicación tiene que ser en círculos, no jerárquica, esto es, priorizar a los implicados antes que a agentes externos".

Y, si el presidente de la CONFER abrió el congreso, lo cerró **Eva Silva Prados**, la responsable del departamento de comunicación de la CONFER, que compartió ante los asistentes las claves que fueron fruto del trabajo de la jornada. "Cuando llegan las crisis, las puedes enfrentar bien si has construido en los momentos tranquilos, momentos de paz", relató la periodista, que puntualizó que "un líder debe ser ayudado y blindado por alguien de comunicación".

A la par, reivindicó la confianza y la transparencia como ejes en esta labor, junto a la inmediatez. Haciéndose eco de lo compartido a lo largo del trabajo en grupos que se realizó en este encuentro, Silva Prados sentenció que "la comunicación no es un añadido sino una parte esencial de la misión".

## Ingredientes esenciales: Lentejas

### El contenido

Alimenta con la información relevante en cada momento

Información sobre la vida de la congregación, de sus miembros, otros ingredientes, testimonios, hitos,

El éxito radica en la combinación adecuada de ingredientes, en el tiempo de cocción y en el cuidado con el que se emplatan los mensajes



# Un ‘masterchef’ de transparencia y confianza

*El equipo de reflexión de periodistas de la CONFER ofrece una hoja de ruta para las congregaciones*

JOSÉ BELTRÁN  
FOTOS: JESÚS G. FERIA

“**¿O**s imagináis que en un restaurante con estrella Michelin, con un chef excepcional, no haya un jefe de sala que sepa organizar y la comida llegue fría a las mesas?”. Esta fue una de

las sanas provocaciones que lanzó **Tamara Cordero**, responsable de comunicación de los Sagrados Corazones, a los participantes en el congreso ‘No sin mi dircom’. Ese *maître* es el profesional del periodismo que acompaña a los institutos de vida consagrada, tanto en su día a día como en los acontecimientos relevantes, pero también en las situaciones de crisis. Al grito de “¡Oído cocina!”, con delantal y toque como uniforme, Cordero tomó la palabra junto a **Javier Valiente** (Salesianos)

y **Víctor Recuerda** (Maristas) para presentar ‘a fuego lento’ lo que podría denominarse como ‘la receta de la comunicación interna’. O lo que es lo mismo, las claves para establecer una hoja de ruta a través de un plan de comunicación. Junto a ellos, también preparó este particular taller práctico **Amalia Casado** (Regnum Christi), ausente en el congreso por estar aplicando a pie de obra estas premisas en su familia carismática.

“Los retos de la comunicación interna son transversales a la institu-



ción sea cual sea su tamaño o misión concreta”, ofreció a modo de marco general Valiente. Con este punto de partida, subrayó la necesidad de buscar “el equilibrio”, con unos ingredientes básicos de calidad como base, como el diálogo basado en la escucha, la implicación de los miembros, la transparencia como signo de credibilidad, la accesibilidad con un lenguaje cercano... A la par, reivindicó la necesidad de una estrategia, esto es, una planificación que refleje que “la comunicación es una decisión consciente alineada con nuestra misión”. “El éxito radica en la combinación adecuada de ingredientes, en el tiempo de cocción y en el cuidado con el que se emplatan los mensajes”, apostilló el salesiano.

Con estas premisas, Tamara Cordero puso en valor la figura del superior mayor y de su consejo, en tanto que de ellos depende que esta encomienda comunicativa fluya. En esta misma línea, presentó al responsable de comunicación, como alguien que debe saberse parte de ese equipo: “Nuestra función no es solo técnica, ni somos solo los que llevamos las redes, en la elaboración de la estrategia somos clave”. Desde ahí, apuntó que se erigen como “guardianes del tono, de la coherencia, de la efectividad”.

Al tomar la palabra, Recuerda se detuvo en todos los utensilios de la cocina, desde la nevera a la batidora, para destacar que la comunicación ha de estar “bien organizada, lo que

necesita una planificación adecuada y una ejecución lo más rigurosa posible”. Para ello, es necesario “mezclar todos los elementos que entran en juego de forma cohesionada y efectiva, estructurando y distribuyendo la información para que llegue a destino sin distorsiones”. Entre los diferentes canales para facilitar esta tarea presentó como propuestas las webs, los blogs, las videollamadas, las webinars o los tradicionales boletines. “Hay que buscar y facilitar vías que permitan compartir información de manera justa y equitativa, garantizando el acceso tanto los jóvenes como a los mayores”, detalló.

Eso sí, para forjar una comunicación real de puertas para adentro en las instituciones eclesiales, el periodista de la familia marista presentó como imprescindibles las reuniones presenciales: “Aportan la riqueza del encuentro, el valor añadido del contacto humano y la construcción pausada de acuerdos, con dosis de paciencia y permitiendo un profundo diálogo entre todos”.

Juntos, Tamara, Javier y Víctor, emplazaron a los congresistas a emplatar dos palabras que son santo y seña de la comunicación interna: confianza y transparencia. ☺

Valentina

# ALAZRAKI

VATICANISTA

## “Francisco siempre ha sido su propio portavoz”

ELENA MAGARIÑOS

**M**ás de 50 años lleva Valentina Alazraki poniéndose ante las cámaras de Televisa (Méjico) para relatar la actualidad vaticana. Tres papas, tres pontificados muy distintos y muchos retos que afrontar: el auge de las redes sociales, *fake news...* La decana de los vaticanistas ha sido la encargada de la ponencia marco del tercer congreso de Comunicación de la CONFER, en la que desgranó toda su experiencia.

**Testigo directo de tres papados. ¿Han sido muy diferentes comunicativamente?**

Sí. Estos tres estilos personales que luego se han reflejado en su comunicación institucional, con aciertos y errores. Las consecuencias de un error de comunicación puede repercutir sobre la imagen del papa o el papado.

**Una imagen sigue valiendo más que mil palabras en el caso de los papas. Véase la salida del hospital de Francisco...**

Francisco siempre ha sido dueño de su propia comunicación, su propio portavoz. Lo ha demostrado con las decisiones sobre su imagen durante su enfermedad.

**¿Cuáles son los mayores desafíos a los que se enfrenta la comunicación en la Iglesia?**

El gran tema, por supuesto, son los abusos y la transparencia sobre estos casos. La Iglesia debe adoptar una comunicación proactiva y no ser siempre la que llega tarde o

responde a acusaciones. Debe decidir de qué lado estar, ya que, durante muchísimo tiempo, desafortunadamente, la impresión que se tenía es que tutelaba más a los abusadores que a las víctimas. Por eso, el gran desafío es el de crear una comunicación que tenga en el centro a la víctima, que tiene que estar obviamente en todo el proceso y tiene que estar enterada de todo.

**Es el gran tema, pero, ¿es el único reto al que os enfrentáis los vaticanistas?**

Con Francisco, el hecho de que haya decidido asumir en sus propias manos la comunicación y que tenga un lenguaje tan libre, tan espontáneo, obviamente te pone ante un reto, porque al no haber ya una comunicación más institucional, vamos a decirlo así, y con el auge de las redes sociales, el vaticanista serio se enfrenta a tener que leer en redes muchas cosas sacadas de contexto, y eso genera una gran confusión. Entonces, en estos momentos, siento que se necesita más ética, más sentido de la responsabilidad que hace 40 años, cuando tenías mucho más tiempo para corroborar las fuentes, pensar... Ahora todo es como muy inmediato.

**Además, es que hemos visto muchísimas veces al Papa levantar la vista de los discursos o directamente dejarlos a un lado...**

Claro, es que él improvisa mucho. El problema es que no todos tienen las herramientas o los conocimientos para poner en el contexto justo lo que él dice. Por ello, la gente que se ocupa de la información religiosa, ya seamos nosotros los periodistas o las personas mismas en las diferentes instituciones, tienen que ser gente sumamente preparada para saber lidiar con las redes sociales, en las que hay muchos aspectos positivos, pero obviamente también existe este aspecto negativo de inmediatez, rapidez y del hecho de que muchas veces hay poca seriedad.

**¿Cómo ha impactado la espontaneidad del Papa en la percepción sobre la Iglesia?**

Francisco tiene un lenguaje que le ha gustado mucho o que le ha sabido llegar incluso a las personas que tradicionalmente no se sentían atraídas por las palabras de un



**La Iglesia  
debe ser  
proactiva  
y no llegar  
siempre tarde  
a los casos de  
abusos**





papa. Estoy hablando de gente que puede ser no creyente o sencillamente más alejada de la Iglesia. Francisco tiene un lenguaje que va al corazón y que es de mucha inclusión. Basado, obviamente, en su gran sentido de misericordia y en esta idea de que dentro de la Iglesia hay lugar para absolutamente todos. Pero probablemente también ha tenido un efecto contrario con determinados grupos que antes se sentían, vamos a decirlo así, más apreciados: la gente que tradicionalmente ha estado muy apegada a la doctrina. Probablemente esas personas se han sentido un poco defraudadas por diferentes formas de abordar temas por parte de Francisco, porque es como si de repente su interés fuera más hacia la oveja perdida que hacia las 99 que ya están ahí. Toda comunicación tiene sus riesgos, ¿no?

**¿Ha supuesto, entonces, un cambio tan radical su pontificado en vuestra forma de trabajar?**

El principal problema es que él tiene dos agendas: una pública, digamos, hasta las dos de la tarde, que es la que maneja la Oficina de Prensa de la Santa Sede; y luego hay una agenda que él maneja solo, pero absolutamente él en primera persona, en la residencia Santa Marta por las tardes. Y el Papa suele hablar por teléfono, escribir cartas, recibir a personas... y, a veces, esas personas salen de allí y relatan lo que sucedió con el Papa o lo que les dijo. Como periodista te pone ante unas declaraciones que no vas a poder confirmar porque la Oficina de Prensa ignora completamente a quién ha visto el Papa. Es un desafío, porque es algo a lo que no estábamos acostumbrados. 



***El auge de las redes sociales genera mucha confusión y se sacan las cosas del contexto***



# El silencio no es rentable

Gemma Morató i Sendra, OP

**U**n de los desafíos más serios que enfrentamos en la vida religiosa se refiere, precisamente, a la comunicación dentro de nuestras comunidades. ¿Cómo vamos a comunicar bien a otros, a la sociedad, al mundo, si uno de los puntos débiles o problema grave que tenemos es en demasiadas ocasiones la falta de una vida fraterna auténtica? La comunidad sólo puede tejerse y afianzarse contándonos la vida, cuando compartimos no sólo palabras, sino experiencias, inquietudes y esperanzas.

Es fundamental recordar que comunión y comunicación tienen la misma raíz. Sin una comunicación verdadera, sincera, profunda y constante, no se puede lograr la comunión tan anhelada en nuestras comunidades. La falta, la mala calidad o incluso la ausencia de comunicación transforman demasiadas veces nuestras comunidades en simples lugares de pernoctación, sin vida real, sin vínculo genuino entre quienes la conforman.

Por ello, en este primer previo quiero llamar la atención a la urgencia de “poner hilo en la aguja” como decimos en Cataluña, o sea, ponerse manos a la obra y trabajar de manera decidida en el fortalecimiento de la vida fraterna en comunidad. No podemos permitir que el silencio se convierta en un obstáculo estéril o en una excusa para la indiferencia. Más bien, debemos redescubrir el valor del diálogo abierto y constructivo, donde cada voz tenga un espacio y cada corazón pueda expresarse con libertad y confianza, en estilo sinodal.

Este es el primer desafío: transformar nuestras comunidades en espacios de acogida, escucha y fraternidad real, donde la comunicación sea el puente que fortalezca nuestra comunión. Realmente aquí el silencio no es rentable, aprovechando este título tan interesante que me han asignado.

Por otro lado, aunque pueda parecer obvio, es subrayar un aspecto que, en ocasiones, damos por sentado: existe un silencio que sí es rentable, y muchas veces no lo ponemos en práctica. Se trata de aquel silencio que nos abre a la presencia de Dios, que nos permite entrar en su misterio y dejarnos llenar de Él. Es el silencio fecundo que no es ausencia, sino plenitud; no es vacío, sino encuentro.



En nuestras comunidades, necesitamos redescubrir el valor de estos espacios de silencio, no como meros intervalos entre actividades, sino como auténticos momentos de profundidad espiritual. Es un silencio que no nos aísla, sino que nos une más plenamente; un silencio que nos permite escuchar la voz de Dios y, desde ahí, escuchar verdaderamente a los hermanos con el corazón abierto.

Cuidar estos espacios de silencio dentro de la vida comunitaria es esencial, porque sólo desde esa interioridad serena puede nacer una comunicación auténtica, que no sea superficial ni apresurada, sino fruto de un corazón en paz. Comunidades que cultivan el silencio fecundo son comunidades equilibradas y felices, donde la comunicación deja de ser un trámite para convertirse en un verdadero encuentro de almas.

Así pues, en paralelo a la urgencia de fortalecer la comunicación fraterna, quiero recalcar la necesidad de un silencio que nutra y haga posible esa comunicación desde la hondura del espíritu. Porque sin silencio interior, nuestras palabras pueden quedar vacías; pero sin comunicación, nuestro silencio puede volverse estéril.

Por eso, si logramos mejorar nuestra manera de comunicar, será más fácil comprender la necesidad de transmitir nuestra vida y misión tanto dentro como fuera de nuestras comunidades. Una comunicación clara, auténtica y bien estructurada no sólo fortalece nuestra identidad interna, sino que da



visibilidad y sentido a nuestra presencia en la sociedad.

Cuando aprendemos a comunicar bien, dejamos de ser realidades ocultas o incomprendidas y pasamos a ser testimonios vivos, capaces de generar comunión, inspirar vocaciones, fortalecer el sentido de pertenencia y aportar nuestra riqueza carismática a la Iglesia y al mundo. La vida consagrada no puede quedarse encerrada en sí misma; necesita salir, narrarse, mostrarse con verdad y con pasión, porque lo que no se comunica, no existe a los ojos del mundo.

Durante décadas, muchas congregaciones han optado por un perfil bajo

en comunicación, a veces por prudencia, otras por miedo a la exposición pública o por la creencia de que el testimonio silencioso es suficiente. Sin embargo, en un mundo donde la narrativa la construyen quienes hablan, el silencio puede ser interpretado como irrelevancia o, peor aún, como ocultamiento, después de todos los escándalos de abusos aún tan presentes.

Hoy, la sociedad no sólo demanda información sino también autenticidad. Quiere conocer historias, rostros, experiencias que den credibilidad al mensaje. La Iglesia y la vida consagrada tienen una riqueza inmensa en este sentido: comunidades que trabajan en contextos de frontera, religiosas y religiosos comprometidos con la justicia, con la educación, con los más vulnerables. Pero si esta realidad no se comunica, es como si no existiera.

El silencio no es rentable porque no comunica y la vida consagrada tiene una voz profética que necesita ser escuchada en la sociedad actual, pero para ello debe aprender a comunicar de manera efectiva, no sólo informando, sino transmitiendo sentido, valores y misión. Comunicar bien no es un lujo ni una opción secundaria: es parte del compromiso evangelizador en un mundo que necesita mensajes de esperanza y autenticidad. ☩

\* Extracto de la ponencia pronunciada en el III Congreso de Comunicación de la CONFER

Tres décadas lleva ya la Fundación Novaterra dedicadas a la inserción sociolaboral de personas en situación de vulnerabilidad: desde la realidad del paro hasta la de la migración, pasando por las consecuencias del COVID-19 hasta la reciente DANA que azotó la Comunidad Valenciana, donde opera este proyecto. En el patronato de esta plataforma convergen distintas congregaciones, así como otras entidades de la sociedad civil. Además, cuenta con el apoyo financiero de la CONFER en sus proyectos más punteros.

“El perfil de las personas que están en una situación de exclusión o de vulnerabilidad social puede ir variando”, confirma **Jorge Barber**, responsable de marketing y comunicación de Fundación Novaterra. “Nuestro trabajo también se ha ido adaptando y se va actualizando en muchos sentidos, pero al final lo que hacemos es acompañar a estas personas en un itinerario personalizado, les ofrecemos también la posibilidad de formación y desarrollo de habilidades para ayudarles al final a encontrar un trabajo”.

En 2023, de hecho, fueron más de 1.100 personas las atendidas por la fundación. “Llegan derivadas por servicios sociales o por otras entidades”, explica Barber. “Pueden ser mujeres que proceden de alguna situación de violencia de género”. Lo mismo ocurre con las personas migrantes o que han pasado por algún tipo de dependencia. “Una vez que la persona está lista para iniciar el camino hacia la búsqueda de un empleo, llegan a nosotros”. Eso sí, apunta que “no es solo esperar a que nos llegue la persona, sino que tenemos que ir a buscarla y decirle ‘estamos aquí’”.

Una vez llegan, se activan los mecanismos: “El equipo está formado por orientadoras, formadoras e in-



# Novaterra: esperanza en forma de trabajo

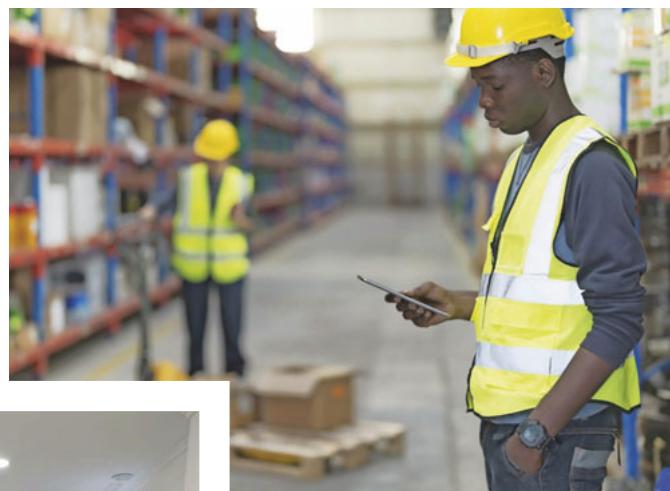
*La fundación lleva treinta años creando itinerarios formativos para personas en exclusión social*

ELENA MAGARIÑOS

termediadoras”, señala. “Con la orientación ayudamos a la persona a identificar su potencial de cara al mercado laboral. Luego, se identifican cuáles pueden ser las formaciones adecuadas que podemos ofrecerle o que podemos derivarle a otras

entidades en función de la experiencia, de su capacitación o de lo que demanda el mercado. Y, por último, el equipo de intermediación entra en contacto con empresas para vincularlas con las personas a las que acompañamos”.

Como miembro del patronato, **Vicenta Rodríguez**, hija del Corazón de María, señala que no solo colaboran económicamente, sino con acciones concretas. Por ejemplo, en Navidad, tanto las hijas del Corazón de María como los hermanos de La



Salle –tal como explica **José María Valero**, también miembro del patronato desde los inicios de la fundación– venden en sus colegios las flores de pascua que tienen como una de las labores de trabajo con chicos y chicas de exclusión social. “Otra forma es utilizar sus servicios. Tienen una empresa que hace obras, así que muchas veces les contratamos si hay que hacer algún arreglo en el colegio”, añade Rodríguez.

Para la consagrada, “es una manera de abrirnos a las necesidades sociales y de apoyar y colaborar con Novaterra como fundación porque tienen un abanico de posibilidades y de compromiso social muy importante”. De hecho, la religiosa subraya que uno de sus grandes fuertes

es el hecho de que, si bien tienen una “estructura sencilla”, esta está “muy organizada”.

En el caso de La Salle, “además de pertenecer al patronato, también ha habido una colaboración a la hora de intentar colocar a los chavales que recibiesen formación y de insertarlos en el mundo del trabajo”, explica Valero. “Tenemos niños en los centros de acogida y, cuando cumplen 18 años, muchas veces van a un piso, pero no tienen formación. Entonces, Novaterra les hace un itinerario, les da formación y luego intenta colocarlos en empresas”, señala. “Por ejemplo, el último que tuvimos hizo un cursillo con Novaterra de panadería. Luego, le buscó un trabajo en una panadería cono-

Algunos de los beneficiarios de los proyectos de formación e inserción de Novaterra

cida y le fue haciendo un acompañamiento con un voluntario y conseguimos que al final se quedase trabajando allí”.

“El trabajo no lo es todo, pero, cuando no lo tienes, hay muchos problemas que vienen asociados”, reconoce Barber. “Hay mucha gente que realmente quiere trabajar, pero se encuentra en una situación en la que todavía no se reconoce, o no tiene la fuerza para presentarse a una entrevista de trabajo. En nuestro proceso lo que hacemos es activar y potenciar a la persona, capacitarla, mejorar su empleabilidad, y esto luego se refleja en un cambio radical en su vida”. Tampoco, dice, “podemos olvidar que personas con algún tipo de discapacidad, con enfermedades crónicas, problemas de salud mental, mujeres que han sido víctimas de violencia de género... estamos hablando de perfiles que no sienten ni siquiera la capacidad o el merecimiento de tener un empleo”.

Esos pequeños pasos que da Novaterra con todas estas personas son grandes retos y, en el momento que los van superando, no solo se van incorporando al mercado laboral, sino que van siendo más independientes. ☺

# Invertir según el plan de Dios

Fernando Fuentes Alcántara

Comité de Inversiones Éticas de la Fundación Pablo VI

**L**a Iglesia propone unas medidas basadas en la fe a partir de la enseñanza de la Sagrada Escritura y de la doctrina social católica para ayudar a ejercer una inversión financiera responsable y coherente con un desarrollo humano integral. Estas medidas significan unas buenas medidas (*Mensuram bonam*) que tienen muchas implicaciones prácticas.

A partir de ahí, se plantea invertir desde la fe: un enfoque de la inversión financiera basada en la fe trata de encontrar el equilibrio entre la gestión prudente de los recursos para financiar la misión de la enti-

dad inversora y la inversión que refleje su identidad católica, su fe y su misión. La primera responsabilidad no debe sustituir a la segunda. En otras palabras, algunos instrumentos y formas de inversión, debido a sus características inherentes, son inadecuados para combinar el uso del capital con la promoción del bien común (cf. MB,42)

La persona en el centro de toda actividad económica y financiera: la Iglesia ofrece una doctrina social que sitúa a la persona en el centro de toda actividad, de toda realidad teniendo como referencia la sostenibilidad, la ecología integral, la justicia social, la atención a los más pobres y el cuidado de la casa común.

Los principios y valores de la Doctrina Social de la Iglesia que se han citado son una referencia práctica y una cultura de inversión que combina la competencia técnica en las inversiones con los principios éticos cristianos. Ello supone que las instituciones católicas se enfrentan a una doble responsabilidad: el deber profesional de gestionar sus recursos con prudencia y financiar cuidadosamente los programas a través de los cuales se realiza su misión; y, por otra parte, el deber moral de alinear sus prácticas de inversión con el desarrollo humano integral y el plan de Dios.

Existen prácticas, herramientas y métodos que ayudan a realizar una inversión alineada con la fe que puede tener enfoques diversos. Desde una inversión a través de fondos de inversión que protege la ESG (inversión socialmente responsable), la inversión de impacto (inversión que impulsa en I+D en empresas sociales, en segmentos éticos de la economía, que promueve el desarrollo humano integral), el “enfoque de los mejores de la clase” (innovadores y ejemplares en función de prioridades éticas). ☺

# Sabías que...

Avanzar en Misión Compartida

Por Antonio Botana, FSC

 El camino de la Misión Compartida es un proceso de comunión para la misión. Pone el acento en la comunión entre religiosos y laicos, promueve la colaboración, el mutuo conocimiento, el compartir la vida y la fe, la solidaridad, la pertenencia a un grupo con la misma misión.

 Desde el comienzo del camino de la Misión Compartida nos acechan tópicos que vienen de antaño, que tienen su origen en otros paradigmas eclesiológicos, en otros esquemas teológicos, pero que ya no encuentran fundamento, aunque aparentemente se hayan hecho indiscutibles; incluso los encontramos en documentos oficiales del post-concilio y fantasmas que surgen del temor a lo que puede ocurrir cuando fallen todos nuestros buenos propósitos, cuando la gente con la que contábamos ya no responda a los retos, cuando las metas que nos proponíamos se nos hayan hecho inalcanzables. Es necesario reconocerlos y trabajarlos en los programas de formación para laicos y religiosos para desmontarlos y hacer ver su falsedad.

 Hay dificultades que proceden principalmente de los laicos y otras de los religiosos. Necesitamos reeducarnos en una eclesiología integral, como en los primeros siglos, en la que todo estaba unificado por la pertenencia a Cristo y la comunión sobrenatural con Él y con los hermanos, superando una visión sociológica que distingue clases y rangos sociales y que, en el fondo, se basa en el "poder" asignado a cada categoría".

 En el comienzo y a medida que se avanza en el proceso de la Misión Compartida es necesario revisar y asegurar los criterios que dan base y aseguran la dirección de todo el proceso. Lo primero: ¿Tenemos claros esos criterios? Lo segundo: ¿Juzgamos y discernimos nuestros proyectos, nuestras acciones, a la luz de estos criterios? En ellos tenemos indicados los desafíos que nos apuntan a las decisiones que pueden hacer avanzar el proceso.

 Hay que ponerse frente al camino que se ha de andar: el camino de la Misión Compartida, que es el mismo camino hacia la familia carismática. Queda bien descrito si lo imaginamos como tres procesos que se apoyan mutuamente: proceso de comunión, proceso de identificación con el carisma y proceso de compromiso con la misión. Hay que invertir en todos para obtener el fruto deseado, sabiendo que el fruto no se obtendrá en poco tiempo ni con poco esfuerzo.



# SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES



@mediosconfer

ESTAMOS EN:

