

## LA TENTACIÓN DE LO QUE VENDE

**Queridos diocesanos:**

En alguna ocasión he escuchado decir a algún sacerdote: “vendemos un producto que nadie quiere comprar”. El desinterés -al menos aparente- por la religión, la experiencia dramática de descristianización, han llevado a algunos a pensar que la fe cristiana era un producto comercial pasado de moda, que ya no atrae a las nuevas generaciones. En mi opinión, si nos situamos en este terreno nos equivocamos. Siempre perderemos porque, si se trata de vender, Coca-cola, Apple o cualquiera de las multinacionales lo harán siempre infinitamente mejor que nosotros.

Nosotros no vendemos nada. Poner el Evangelio en el mercado como si fuera un producto de consumo más sería rebajarlo. Lo que nosotros ofrecemos es una propuesta de vida, que llena de luz y esperanza el corazón del hombre. No vendemos ningún producto, sino transmitimos una luz, una experiencia, una vida. No hablamos de algo, sino de Alguien. Ser cristiano consiste en amar, seguir y entregar la vida a Alguien que está vivo y con quien podemos relacionarnos. Estamos convencidos, además, de que Él y su Evangelio son propuesta de vida no sólo para cada uno personalmente, sino para toda nuestra sociedad.

La Iglesia no puede sumarse a “lo que vende” en el actual mercado religioso, a lo que “funciona”. Lo que se vende no siempre es lo más bueno, sino lo que más beneficio produce. Además, entrar en esta lógica nos llevaría a seleccionar el mensaje del Maestro dejando de lado todo lo que desagradara a los oídos de los “compradores”. Si la Iglesia ofreciera sólo lo que el mercado le pide, acabaría perdiendo su identidad. Al final, no tendría nada que ofrecer, porque su mensaje estaría determinado por los gustos de la gente.

Las parroquias tienen también la tentación de entrar en este mercado, convirtiéndose en una especie de centros comerciales, en los que cada uno puede consumir lo que prefiera: desde una boda o un funeral a un curso de técnicas de relajación o de terapias de sanación. No nos podemos conformar con ofrecer a las personas barnices superficiales, aunque sea esto lo que vende. Lo que interpela al hombre no tiene que ver con una estrategia de comunicación ni con técnicas de venta, sino con aquello que le importa de verdad y que le concierne últimamente.

Por eso, es necesario conectar el mensaje de Jesucristo con las búsquedas de los hombres, con sus deseos y anhelos más profundos. En la propuesta del Evangelio es muy importante alcanzar lo profundo del sujeto, sus deseos, para que toque el fondo de su corazón y mueva su vida. Evidentemente, esta tarea no es sólo cosa nuestra. Corresponde principalmente al Espíritu Santo, que es quien transforma los corazones y alcanza a lo más íntimo del hombre.