

# RELIGIÓN Y COMUNICACIÓN. RETOS Y TAREAS DE UN RENACIMIENTO CRISTIANO

Xabier Pikaza

Este trabajo consta de tres partes. La primera define al ser humano en claves de comunicación. La segunda estudia en esa línea el despliegue de las religiones y la crisis de la historia. La tercera plantea los retos y tareas de un renacimiento cristiano. He planteado el tema desde una perspectiva europea, pero en línea universal. La cuestión no está en saber cómo ser cristianos en Europa (o, más en concreto, en España), sino en cómo ser cristianos en un mundo que, por una parte, ha realizado un largo proceso de búsqueda racional, y, por otra parte, ha iniciado un diálogo interreligioso universal. Nos hallamos en un momento y lugar privilegiado. Desde la atalaya hispano/europea de comienzos del siglo XXI, tras los grandes cambios de la generación anterior, podemos entender mejor la crisis y actualidad del cristianismo en línea de comunicación.

## El ser humano es comunicación

### 1. Comunicación cerrada y abierta

En sentido extenso, podemos afirmar que toda realidad es comunicación, como habían señalado a lo largo del siglo XX, de formas distintas y complementarias, unos pensadores hispanos tan diversos como Amor Ruibal y Zubiri<sup>1</sup>. Dentro del campo general de la relación comunicativa podemos distinguir dos formas básicas: una cósmico-biológica (propia de la naturaleza) y otra histórico-intencional (propia de los humanos).

La comunicación *cósmico-biológica* es más cerrada, fijada de antemano, con predominio del sistema, es decir, del conjunto comunicativo, sin que existan individuos propiamente dichos (conscientes de sí mismos); por eso, las interacciones (comunicaciones) se repiten de un medio constante, conforme a unos patrones biológicos. Los cam-

bios del conjunto (del modo de comunicación) son muy lentos y se realizan por mutación física o genética (por evolución de los especies en el campo de los animales). Los diversos elementos cósmicos, lo mismo que los vivientes (plantas, animales), se encuentran ajustados a su entorno, de manera que no tienen conciencia de su identidad, ni son dueños de su proceso comunicativo. Se relacionan, pero no lo saben. Están inmersos en un medio cósmico y/o vital que sólo va cambiando por transformaciones materiales o biológicas muy lentas.

La comunicación *histórico-intencional*, propia de los seres humanos, es más abierta. Ciertamente, los seres humanos están programados por códigos de tipo físico-biológico, pero su programa específico se expresa a través de una herencia cultural, fundada en la creatividad y transmisión consciente de individuos y grupos sociales. De esa forma ha surgido un tipo de comunicación que no está fijada por la naturaleza (proceso biológico), sino que se expresa y despliega en formas culturales, que pueden crear y modelar (cambiar) unas estructuras simbólicas de relación (interacción) por el lenguaje. Ciertamente, a nivel de naturaleza y biología, los seres humanos siguen ajustados a su medio, pero, en otro plano, ellos superan ese ajuste y cambian (crean y recrean) sus formas de comunicación individual y social mismo. De esa forma son históricos, es decir, dueños de su proceso comunicativo, de manera que pueden transmitirse posibilidades de vida que trascienden su nivel biológico<sup>2</sup>.

Desde ese fondo podemos hablar de realismo e utopía de la historia. Ciertamente, la historia es *realista*, pues rompe las ilusiones de los soñadores poco atentos a los procesos sociales, ideológicos y económicos, como supo K. Marx. Ese realismo no debe interpretarse en plano natural y biológico, sino de invención y comunicación, de creatividad cultural y transmisión programada de posibilidades

de realización. Pues bien, ese «realismo de la comunicación» ha desembocado en un sistema de ciencia-capital-mercado que puede acabar destruyendo a la misma humanidad. Por eso, sin negar ese realismo de la historia (sistema) podremos de relieve *la utopía comunicativa* de la religión (y en especial del cristianismo), para decir desde así que la historia tiene un sentido y que no se encuentra terminada (en contra de lo que decía F. Fukuyama, *El fin de la historia*, 1992). La historia se puede cerrar, condenado a los hombres a la muerte (por éxito del sistema); pero, como iremos viendo, estamos convencidos de que ella sigue abierta, en un nivel humano, religioso y/o cristiano.

## 2. Historia humana, novedad cristiana

El mismo realismo de la historia, del que hablamos, implica un tipo de utopía, pues de lo contrario los hombres no seguirían viviendo. Por presión biológica y por afirmación intelectual, el ser humano se ha «atrevido» a superar el límite de las puras relaciones naturales, aprendiendo a vivir a nivel de conciencia y comunicación intencional. Ésta es su grandeza, éste su riesgo. Por un lado, el hombre es el más débil y desajustado de los seres, pues nace sin respuestas sabidas de antemano. Por otro es el más fuerte, pues crea (descubre) un futuro, para alcanzar allí su identidad. Sólo la búsqueda futura (de sí mismo) le define y distingue de los otros animales.

La utopía mesiánica (cristiana) es un modo de afirmar y superar ese realismo de la historia (del sistema), con un realismo más alto de comunicación gratuita de la vida. Ciertamente, hay otros tipos de utopía religiosa o racional<sup>3</sup>, pero la más conocida de occidente es el cristianismo, que pone de relieve la utopía creadora, es decir, comunicadora de los seres humanos. Esa utopía deriva de la gratuidad comunicativa o revelación personal de un Dios «encarnado» en la historia. De esa manera, lo que podemos llamar realismo de la historia (de la racionalidad del sistema) ha de quedar asumido y superado por la comunicación gratuita de la vida, que los cristianos simbolizan en forma de resurrección.

El realismo de la historia puede convertirse en sistema cerrado de muerte, sin comunicación verdadera. Pero la utopía de los cristianos sólo puede existir sobre la base de la comunicación histórica (*gratia supponit naturam...*), como ellos ponen de relieve en el diálogo inter-religioso<sup>4</sup>. Desde ese fondo, en clave cristiana, podemos reformular el título de un libro famoso de K. Rahner: más que oyente de la Palabra (ser que puede escuchar la posible revelación gratuita de Dios), el ser humano es oyente y hablante de una historia comunicativa abierta, que se desborda a sí misma, recibiendo por gracia (no en imposición natural), la comunicación más alta: la palabra o diálogo de Dios<sup>5</sup>.

## 3. El humano, comunicación personal

Desde ese fondo pienso que el hombre es un ser no fijado desde fuera (naturaleza), ni desde su misma humanidad (sistemas socio-culturales), sino que debe hacerse a sí mismo, en proceso de comunicación, recibiendo lo que es y compartiéndolo con otros, en un camino siempre abierto. No estamos fijados al entorno por naturaleza, no tenemos las respuestas programadas por biología, ni por sistema. Hemos superado la inmersión instintiva o natural en el medio y debemos buscar nuestras respuestas (formas de vida) creando y transmitiendo un mundo cultural, siempre abierto.

Somos comunicación. Ningún continente de la tierra es nuestra tierra, ninguna zona del mundo nuestra patria. Nuestra «casa» o patria es el lenguaje, la historia de la comunicación: de ella nacemos (de lo que nos dicen y ofrecen en plano de palabra); en ella nos realizamos, acogiendo, ofreciendo y compartiendo un proceso simbólico de interacción personal, que nos define como seres en relación. La comunicación es la fuente de nuestra identidad: en ella somos, escogiendo nuestro ser; en ella se abre nuestro destino (no podemos ser de otra manera, ni volver al cosmos inconsciente).

Quizá podamos distinguir cuatro planos. (1) *Somos naturaleza*. Por eso nuestra comunicación sigue arraigada en el proceso expresivo (expansivo) del mundo físico y del despliegue de la vida, pues *ser es comunicarse*: más que esencia hecha (entidad fijada, con valor eterno), la realidad es proceso comunicativo. (2) *Somos naturaleza consciente de sí misma*. Por eso somos comunicación que se sabe y dirige (regula) a sí misma, elaborando así nuestra identidad en forma supra-física y supra-biológica, es decir, cultural. Ser es comunicamos a nosotros mismos, siendo así desde y para (con) otros. (3) *Somos «sujetos» de comunicación personal*, de tal forma que podemos afirmarla o negarla, relacionándonos con otros a un determinado nivel o cerrándoles la relación (la palabra). De esa manera, el proceso (estructura) de comunicación resulta inseparable de las personas o sujetos que se comunican, que no varían ya por mutaciones físicas o biológicas (como en la evolución de las especies) sino por opción e intenciones. (4) En ese contexto debemos afirmar que estamos *abiertos a la vida* (a un proceso de comunicación más hondo, en línea de resurrección) o que podemos *cerrarnos en un sistema de muerte* (si absolutizamos o imponemos un tipo de orden cerrado, en la línea de lo que el judaísmo antiguo llamaba idolatría).

Somos seres *optantes*, que han de escoger para vivir, pues no tienen una respuesta vital dada de antemano (por instinto biológico o cósmico). Somos seres *intencionales*: vivientes que se relacionan con un deseo y/o finalidad. De esa manera, en nuestro mismo ser y comunicarnos late un elemento que podríamos llamar *ético* (de bien o de mal) y,



sobre todo, un elemento *religioso* (de vida o de muerte, como sabe Dt 30, 15). Quizá podamos decir que la naturaleza es un proceso comunicativo, pero no lo sabe, no tiene conciencia, ni puede programar su comunicación. El hombre, en cambio, es comunicación que se sabe y se organiza, en línea ética de bien/mal y en línea religiosa: al imponer un tipo de relación sin comunicación personal, los hombres pueden destruirse; pero ellos pueden expresarse también como imagen de Dios, en forma de comunicación dadora de vida.

### Comunicación y religión

Como he dicho, el hombre es historia porque crea, transmite y comparte posibilidades de comunicación, no sólo en forma limitada (de cosas o situaciones aisladas), sino en línea de totalidad o encuentro religioso. En las reflexiones que siguen quiero destacar, en perspectiva occidental, algunos momentos de la creatividad y crisis comunicativa, que nos permitirán entender mejor la utopía cristiana. En un sentido se puede hablar de avance, de manera que los cuatro momentos de «crisis» se implican y suceden unos a los otros. Pero en otro se puede hablar de circularidad, pues el final (comunicación en plenitud) asume y culmina de algún modo al principio (matriarcado).

*Principio, matriarcado.* Podemos suponer que hubo un *comienzo* que, de modo general, se ha expresado en las religiones de la naturaleza, entendidas en forma de naturaleza originaria. El conjunto de la realidad sería en el principio como «madre», manadero vital del mundo y de los hombres. En ese principio incluimos las culturas del neolítico europeo que parecen divinizar los poderes maternos del cosmos y en línea bíblica podría hablarse de un *triunfo de Eva*, de la vida divina. La comunicación fundante, que liga al ser humano con los poderes del mundo, está simbolizada en clave femenina. Éste sería el principio de toda comunicación: la realidad sería un como útero fecundo, fuente de vida universal.

Al comienzo estaría la madre, la naturaleza comunicativa (el *bonum diffusivum sui* de la tradición naoplónica). Ella sería rectora del conjunto social. Los varones realizarían una función subordinada: no serían portadores de vida, ni signo de Dios, pues lo divino aparece vinculado más bien a la «diosa» originaria, madre de todos los vivientes (cf. Eva en Gen 3, 20). Este esquema parece «proyección» idealizadora de la madre, pero su visión nos sirve como referencia para todo lo que sigue, pues la madre es la primera comunicación<sup>6</sup>.

#### Primera crisis: patriarcalismo religioso

Parece vinculado al surgimiento de las religiones de los pueblos conquistadores que divinizan los poderes de la guerra. En torno al 3000 a. de C., entre Europa y Asia,

triumfaron unos grupos guerreros, dirigidos por varones (a los que a veces se llaman *turganes*), que han cambiado las formas anteriores de vida y conciencia matriarcal, divinizando los signos patriarcalistas de la guerra. Los dioses de estos pueblos, que se han expandido como dominadores (especialmente, en perspectiva más occidental, los indoeuropeos y/o semitas), representan el poder de la fuerza, la conquista masculina. Ellos han destronado a la diosa, colocando en su lugar los signos cósmicos y humanos de su violencia triunfadora. Normalmente se vinculan al cielo, con el rayo y la tormenta; suelen ser reyes guerreros, violadores y organizadores.

El signo fundante (divino y/o racional) de la comunicación no es ya madre dadora de vida (diosas), sino un tipo razón que se expresa y realiza por la guerra (padre de todos los dioses, como sabe Heráclito. La palabra de los dioses masculinos del cielo es el rayo, su razón el sexo. Ellos avalan el racionalismo masculino posterior de las culturas vencedoras que dominan el mundo por la muerte. En este contexto, en vez de la sangre materna (fuente de vida) triunfa y se impone la sangre masculina de la guerra, simbolizada y ritualizada por los dioses y sus sacrificios (asesinato originario)<sup>7</sup>.

Estos dioses y sus representantes (reyes, guerreros, sacerdotes) viven de matar y dominar a los demás. De esa forma ponen en el centro de la conciencia el signo de la muerte. Ellos (y los pueblos que les adoran), han logrado conquistar el mundo. Nosotros, indoeuropeos y semitas (y en algún sentido todos los pueblos «modernos») somos sus herederos. Hemos triunfado a costa de la madre (es decir, del diálogo de fondo de la vida). Ahora, tras cinco milenios de triunfo masculino, podemos quizá mirar hacia atrás, para recuperar el aspecto femenino y/o materno de la vida, superando así la razón de la violencia<sup>8</sup>.

#### Segunda crisis. Tiempo-eje y religiones clásicas

En un momento dado, entre el VII y V a. de C., reinterpretando y superando el patriarcalismo de las religiones politeístas y guerreras, en China, India, Persia, Israel y Grecia ha ido surgiendo un tipo de conciencia-religión de carácter más «humano», que (en sus formas originarias o en sus expansiones: budismo, cristianismo, Islam) se ha extendido luego por casi todo el mundo. Estas culturas, vinculadas por una nueva racionalidad y una más alta valoración del ser humano, han abierto caminos de organización social y religiosa por los que seguimos avanzando todavía<sup>9</sup>.

En esta perspectiva, la historia humana no avanza a través de una «cultura única», sino a través de un abanico de culturas/religiones, que no son subordinadas ni paralelas, sino complementarias, como los colores del arco iris. Todas las grandes religiones y culturas que se siguen extendiendo por el mundo (occidente europeo y americano, India y China, bloque árabe y malayo, Japón y naciones del

lejano oriente) pueden sentirse aquí representadas. Eso les obliga a mantener un *diálogo universal*, por encima de las diferencias que separan a oriente de occidente, a las religiones de la interioridad y de la historia. A pesar de ello, algunos piensan que, cerradas en sí mismas, estas culturas *post-axiales* resultan incapaces de establecer un diálogo universal, pues siguen reprimiendo el aspecto materno-femenino de la vida y porque no todas han logrado descubrir el valor personal, insustituible, del ser humano, ni promover un diálogo de tipo personal. Por eso haría falta superar el nivel del tiempo-eje.<sup>10</sup>

### Tercera crisis. Mesianismo cristiano y valor de la persona

Como he dicho ya, he querido situarme en una perspectiva cristiana. Es evidente que otros pueden (y deben) trazar su camino desde otras perspectivas, como pueden ser la del judaísmo moderno y el Islam, la de budismo y el neo-hinduismo o neo-taoísmo. Ya desde aquí, y sobre todo en la tercera parte de este trabajo, he querido entender y explicitar el cristianismo como experiencia y tarea de comunicación. Así puedo hablar de una crisis del cristianismo, que asume la experiencia del profetismo israelita, poniendo de relieve la trascendencia de Dios y el valor de los seres humanos, que son «absolutos» (personas) por su comunicación con Dios y con otros seres humanos, como seguiré indicando<sup>11</sup>.

De esa manera, el (judeo-)cristianismo ha introducido en la historia de las religiones el descubrimiento del valor absoluto de la comunicación personal entre los hombres. Según eso, Dios no se encuentra fuera, no está arriba, ni en la totalidad del cosmos, ni en la pura interioridad de las personas, sino en su «entre», es decir, en la misma comunicación de los humanos. Por eso, como seguiremos indicando, el cristianismo no es «algo» (un dogma, un misterio) que se comunica, sino la misma comunicación.

Cada humano es persona, es valor absoluto, pero no cerrado en sí, sino al comunicarse, de manera que puedo afirmar que «soy Dios» para los otros. Pero, al mismo tiempo, cada persona humana se presenta como un absoluto, no por su grandeza (como rey o sacerdote), sino por su misma fragilidad (en cuanto pobre), de manera que el cristiano puede afirmar (con Mt 25, 31-46) que el hambriento, el perseguido o enfermo «es Dios para mí». Cada uno es único: no es simple parte de un todo cósmico, ni puro elemento de un grupo social, ni momento en el despliegue espiritual del alma. Cada uno es absoluto, pero absoluto en comunicación, de tal manera que en el plano humano no se puede ya hablar de comunicación de cosas (ni de sabidurías o pensamientos), sino de personas, como saben otras religiones, pero como, según nuestra visión, lo ha destacado de un modo especial el cristianismo. Sobre ese fondo se asientan las reflexiones que siguen<sup>12</sup>.

### Cuarta crisis. Racionalización y oscurecimiento moderno

Viene de atrás (algunos dicen que proviene del racionalismo griego) pero sólo ha triunfado y se ha expandido del todo en occidente (siglo XVIII-XIX) y luego en todo el mundo (desde el siglos XIX-XX). Ésta crisis de racionalización se ha expresado no sólo en el nivel teórico (pensamiento), sino especialmente en el plano de la ciencia, economía y política. El ser humano ha venido a presentarse como sujeto agente, capaz de organizarse y dominar el mundo de un modo racional, centrando su vida en la producción y consumo de bienes (empresa, capital, mercado).

Ser racional significa atreverse a pensar de un modo organizado y práctico, interpretando el pensamiento claro (formulado de un modo matemático) como expresión de verdad suprema, sin necesidad de Dioses o señores exteriores. Ser racional significa asumir el poder del propio pensamiento, entendido como capacidad de actuar sobre las cosas. En otro tiempo, el hombre habitaba en un mundo sagrado, organizado en sí mismo, de manera que las posibilidades de su actuación (de su técnica) venían marcadas por la misma naturaleza. Ahora es el hombre el que domina por su razón sobre la naturaleza, viniendo a presentarse como dueño y señor de las cosas (que él domina y organiza). El hombre ha venido a sentirse de esa forma dueño y señor, en un proceso que se expresa en la «conquista» técnica del mundo y en el desarrollo de una economía racionalizada (capitalismo), con los riesgos que ello implica.

Ese proceso de racionalización nos ha dado un gran poder (ciencia) y una gran riqueza (capital), pero nos ha hecho correr el riesgo de destruir el mundo (de envenenar y malgastar sus recursos), matando de esa forma a nuestra madre tierra, de la que provenimos, y de destruirnos a nosotros mismos (opresión de las mayorías). Hemos creado una economía racionalizada, centrada en el despliegue y triunfo del capital, con inmensos bienes de consumo, de manera que muchos han empezado a pensar que somos, sobre todo, unos consumidores. Pero ese proceso ha causado también un empobrecimiento de gran parte de la población mundial, que ha empezado a vivir en límites de muerte. Han crecido de forma casi infinita los «medios» de comunicación (sobre todo en el plano técnico y virtual), pero corremos el riesgo de destruir la comunicación humana, de persona a persona. Por eso queremos postular e iniciar un «nuevo comienzo», que relacionaremos después con el cristianismo. O creamos formas nuevas de comunicación humana o nos destruimos.<sup>13</sup>

### Plenitud, nuevo comienzo. La verdad comunicativa

Esta crisis de racionalización y oscurecimiento no es una incapacidad de comunicar algo que existiría ahí fuera



(de un modo objetivo, independiente), como si hubiera mucha agua, pero faltaran las cañerías y acequias para conducirla a todos los huertos. En nuestro caso, ese «algo» (agua) que se debe comunicar es la misma comunicación. Hemos dicho que al principio hubo madre, pero sólo hay madre si ella «da» o, mejor dicho, «se da». Nosotros, hombres y mujeres occidentales del siglo XXI, hemos aprendido a producir «bienes de consumo», pero no hemos aprendido a darnos en sentido personal, no hemos aprendido a comunicarnos, compartiendo no sólo los bienes que producimos, sino comunicando y compartiendo nuestra propia vida, pues hemos dicho que ser es comunicar, de manera que lo que no se comunica no existe.

Miradas las cosas desde la razón técnica, hemos aprendido a trabajar de forma organizada, produciendo bienes de consumo suficientes para el conjunto de la humanidad. Pero no hemos queremos compartir esos bienes, porque no sabemos (y no queremos) comunicarnos a nosotros mismos. Ésta es la crisis, el reto supremo de nuestra humanidad. O aprendemos nuevamente a ser comunicando lo que somos, y descubriendo con el cristianismo (y quizá con otras religiones) que la vida es don que sólo se posee en la medida en que se da, o corremos el riesgo de destruirnos a nosotros mismos. Éste no es un problema del cristianismo como religión separada de la vida, sino que es un problema «de vida» o, mejor dicho, el problema de la vida. O aprendemos a comunicarnos de manera humana, poniendo los bienes del mundo y nuestra vida (nuestro ser) al servicio de los otros, en forma de comunicación personal, o podemos destruirnos sobre el mundo (destruyendo incluso el mismo mundo).

Algunos pensadores (en la línea de M. Heidegger) han hablado de «crisis ontológica» (olvido del ser). Yo diría que es una crisis religiosa, como supieron Buda o Jesús: no somos capaces de dar y compartir la vida. Los signos de esta crisis son los «ídolos» (encarnaciones de un poder dominador) que nos llevan a la adoración de lo que no es vida (el poder en cuanto tal) y a la destrucción de los demás. En este momento, la gran tentación del «poder», es decir, el ídolo supremo de la humanidad ya no es el oro, como signo riqueza externa (*mamona*), ni tampoco el estado, como racionalización social impositiva, sino un tipo de razón dominadora, que es instrumento de producción, consumo e imposición de unos sobre otros, que algunos vinculan con lo diabólico.<sup>14</sup>

Éste es el nuevo poder, por encima del dinero y del estado, de los bienes materiales y la ciencia antigua: hemos entrado en la «galaxia» de una comunicación universal, que puede ponerse al servicio de la imposición y el dominio de algunos (con la destrucción final de la misma comunicación) o que puede ponerse al servicio de la comunión humana, en la línea de eso que he llamado la «verdad comunicativa». En este contexto de verdad comunicativa puede darse el «nuevo comienzo», la auténtica «madre» de la vida que se regala y comparte. (a) Éste es el lugar del máximo riesgo, el lugar donde pueden explotar las grandes

bombas destructoras de lo humana (bomba atómica, de manipulación genética, del enfrentamiento o lucha de todos contra todos). Aquí los hombres se pueden destruir por falta de comunicación, por impulso de dominio de algunos (o del sistema) sobre todos. (b) Pero éste es también el lugar donde, dotado de máximos poderes, el hombre puede venir a convertirse en hermano y amigo de otros hombres y mujeres, iniciando con ellos un camino de humanización compartida, un nuevo nacimiento.

Todos los momentos de la historia humana son cruciales, pero el nuestro es especialmente crucial. Nos hallamos ante el dilema decisivo. O retomamos en un nuevo nivel los valores del origen (la humanidad materna) y la aportación de las religiones (en nuestro caso, del cristianismo) o nos destruimos, volviéndonos inviables como humanidad. Sólo en esta segunda línea podemos vivir, pues la verdad y razón del ser humano se expresa en la apertura a los demás. *Pensar es comunicar*: decirse y compartir, dialogar, en un proceso donde los humanos son diciéndose a sí mismos. Por eso, tenemos que invertir el riesgo de la *crisis racionalista*, para convertirla en *revolución comunicativa*. Por vez primera nos sabemos dueños de la comunicación: somos los que decimos (lo que nos decimos y compartimos, en camino abierto por la gracia de Dios). Estamos ante la crisis final, que retoma, en otro plano, los valores y riesgos de la madre del principio, que ahora no aparece como diosa femenina, biológicamente engendradora, sino como espacio y camino de encuentro compartido. La verdadera madre de los hombres es la comunicación<sup>15</sup>.

### El cristianismo es comunicación. Siete tesis

El cristianismo no es «algo objetivo» que se comunica (un contenido externo), sino que su verdad se identifica con su forma de comunicación, de manera que el dogma cristiano (ortodoxia) resulta inseparable de la comunicación humana, en un nivel de conocimiento y afecto (ortopraxia). Pues bien, desde este fondo, invirtiendo de algún modo lo que he dicho en el apartado anterior, en contra del pesimismo de aquellos que hablan de una caída de los valores occidentales e incluso de la muerte del cristianismo, pienso que la evolución histórica de los últimos decenios puede resultar positiva, pues nos ayuda a vincular cristianismo y comunicación.

Como vengo diciendo, somos aquello que recibimos y damos, aquello que comunicamos y dialogamos. Desde ese fondo quiero afirmar que el cristianismo, religión del amor por excelencia, no debe tener miedo ante la crisis actual, sino que debe aprovecharla para poner de relieve que la comunicación de amor constituye el centro de la utopía del evangelio. Se ha venido diciendo que el progreso es el nuevo nombre del amor, otros han afirmado que el verdadero amor humano es la justicia. Sin negar eso, aquí

supongo que el amor cristiano es la comunicación integral, anunciada y vivida por Jesús.

Ciertos grupos eclesiales quieren una *restauración cristiana*. Suponen que un tipo de ilustración antigua (siglos XVIII-XIX) y de secularización actual (siglo XXI) es contraria al evangelio. Siguen pensando que la modernidad se ha rebelado contra Dios y que el cristianismo ha sido negado o desterrado de la sociedad. Por eso quieren en el fondo una restauración. Pues bien, en contra de eso, he de afirmar que no podemos limitarnos a recuperar unos «valores» pasados, que quizá fueron buenos antaño, pero que no responden a la raíz del evangelio, ni a los problemas reales de la humanidad de nuestro tiempo.

No puede haber restauración, como pura recuperación del pasado. El cristianismo, como utopía evangélica y recuerdo de Jesús, no ha muerto, lo que está desapareciendo es un tipo de cristiandad. Eso significa que el cristianismo no debe renacer, pues ya ha nacido una vez y sigue vivo en nuestra historia. Ha muerto un tipo de cristiandad occidental y no podemos resucitarla. Pero la raíz del evangelio y la utopía de Jesús sigue viva. Pues bien, esa utopía de Jesús no es un «hecho objetivo», algo que está fuera, como una realidad física, sino la misma *comunicación mesiánica*: que entendemos como experiencia y despliegue de humanidad. Teniendo eso en cuenta y partiendo de la visión del cristianismo como don y experiencia de comunicación, quiero ofrecer unos caminos o tesis que pueden marcar el sentido de su singularidad, interpretada en forma de comunicación<sup>16</sup>.

## 1. Religión

La comunicación social y religiosa van unidas. Desde el comienzo de la historia, la construcción de la su realidad social se ha hecho en clave religiosa.

La *experiencia religiosa* no es de tipo irracional (en la línea de R. Otto), ni puede desligarse de otras formas de relación social (humana). Lógicamente, la comunicación cristiana (religiosa) debe penetrar en la red de relaciones humanas para fecundarlas. La experiencia religiosa no es algo exterior, sino que forma parte de la misma vida humana; no es algo marginal en ella, es su verdad fundante, en forma de palabra.

Así lo suponen las tesis clásicas de P. Berger y Th. Luckmann y las concepciones de R. Girard<sup>17</sup>. En formas distintas pero convergentes, ellos han supuesto que los hombres se han comunicado de manera radical en claves de experiencia religiosa, pues, en clave de profundidad, la comunicación humana rompe el modelo de los intercambios naturales (por reacciones físicas o biológicas) de los seres anteriores (incluidos los animales) y se expresa en rasgos que pertenecen al plano del misterio religioso. Desde este fondo podemos asumir el sentido de la secularización moderna:

No se puede negar la existencia de una *secularización*. Ya no vivimos en un mundo religiosamente «encantado»: hemos salido del jardín mágico del comienzo de la Humanidad, de manera que vivimos sobre un mundo sin dioses y nuestra comunicación es simplemente racional o humana (no sacral). Pero, en otra perspectiva, la misma comunicación secular es religiosa, pues la religión no es algo exterior al hombre, sino la misma comunicación: que los humanos pueden escucharse y dialogar, desplegando su libertad, en donación, en amor gratuito. El mismo amor mutuo, eso es Dios en los humanos. Así decimos que la religión es la misma profundidad comunitaria (dialogal) de la cultura. Por eso, el proceso de secularización no es contrario al cristianismo. Lo contrario al cristianismo es la falta de comunicación o la comunicación de tipo impositivo, la falta de amor al prójimo<sup>18</sup>.

## 2. Israel como Antiguo Testamento cristiano

La experiencia religiosa del antiguo Israel ha sido comunicativa, pero no universal. Por eso, el cristianismo la toma como un Antiguo o Primer Testamento.

Las religiones han sido y son procesos de experiencia comunicativa. Lo divino (incondicionado, fundante, numinoso) se revela y realiza como relación y diálogo. Por eso, más que irracional, Dios es principio de diálogo, fundamento y sentido de todo encuentro interhumano. Desde ese fondo, podemos dividir las religiones conforme a su amplitud comunicativa (humana). Será perfecta (culminada) aquella que funda y potencia un diálogo universal. La religión israelita ha sido en principio un proyecto de comunicación universal: la unidad y trascendencia de Dios tiende a explicitarse en forma de apertura comunicativa hacia todos los pueblos, de tal forma que Dios hará que todos ellos pueblos se vinculen y dialoguen sobre el Monte de Sión, en paz mesiánica y/o transparencia interhumana. Pero esa apertura aparece por ahora como un horizonte utópico (escatológico): el proyecto comunicativo de Israel no puede expandirse por ahora a todos los pueblos. Por eso se concretan y crean, sólo para el pueblo de Israel, unas formas especiales de comunicación interna, en clave de Ley, que les distingue de otros pueblos.

De esa forma, la nación israelita tiende a cerrarse en sí misma, suscitando formas muy precisas de unidad nacional que les separan de todos los restantes pueblos de la tierra. Lógicamente, desde la perspectiva de la universalidad cristiana, el judaísmo es Antiguo Testamento, pues cree que el tiempo de la comunicación universal no ha llegado todavía. Los judíos piensan que «no ha llegado todavía el tiempo» de la comunión religiosa plena, pues seguimos tiempos de lucha mutua. Todas las formas de universalidad actual son totalitarias y se encuentran condenadas al fracaso<sup>19</sup>.



### 3. Mensaje y vida de Jesús

Cuando Jesús anuncia la llegada del reino de Dios y lo inicia con su vida está anunciando e iniciando el cumplimiento de la comunicación universal.

*¡Vendrá Dios!* decían los judíos; mientras tanto, ellos deben mantener la estructura del pueblo, fieles a la Ley que el mismo Dios nos ha dado para el tiempo de la espera. *¡Ha llegado ya!* dice Jesús: expresemos por tanto su venida; vivamos a partir de su presencia. Esta palabra (*¡Ha llegado!*: Mc 1, 14-15 par) expresa la novedad radical del cristianismo, entendido como experiencia presente, teológica y humana, de comunicación universal. Por eso, el cristianismo no es religión «sacralizante» (no santifica el ser actual del mundo), ni de interioridad (salvación del alma), sino experiencia de apertura comunicativa, que Jesús ha iniciado con su vida y ha ratificado con su muerte.

En esa línea, podemos afirmar que el evangelio es la culminación del proceso comunicativo, pero no como historia que se cierra en lo ya conseguido, sino como nuevo comienzo o «mutación» humanizadora. Eso significa que *el tiempo se ha cumplido*: ha terminado el proceso de la espera, puede vivirse en plenitud la transparencia dialogal. Dios no promete su llegada, sino que *¡ha venido ya!*, expresando en este mundo su verdad definitiva, es decir, la comunicación de amor entre todos los hombres. Esta apertura universal no es una simple declaración de principios, sino un camino iniciado por Jesús. Desde el centro de la historia (como un grano de mostaza, simiente sembrada en la tierra) él ha anunciado la culminación universal de la obra de Dios. Externamente, su obra parece pequeña (anuncia la llegada de Dios, cura a los enfermos, acoge a los marginados), pero ella ha de entenderse como una *mutación antropológica*, la afirmación de que todos los hombres y mujeres pueden comunicarse de un modo gratuito, dándose la vida y compartiéndola unos con otros.

Jesús abre un camino de diálogo entre todos, a partir de los marginados y humillados de su tiempo. No emplea para ello ningún tipo de violencia externa, no vincula a los hombres y mujeres por dinero o a través de un tipo de poder. El principio y contenido de la unión que él ofrece es la palabra. De tal forma realiza esa tarea que los evangelios le presentan como Palabra: Comunicación total para (entre) los humanos (cf. Mc 4, 1-20 par; Jn 1, 1-18). Así podemos decir que Jesús es «comunicación» (Palabra Encarnada). Él es lo que dice: ofrece dignidad y salud (capacidad de palabra) a los marginados (cojos, mancos, ciegos, leprosos, parálíticos...), haciéndoles capaces de vincularse en Dios y desde Dios, de un modo total (en la nueva humanidad reconciliada). De esa manera ha comenzado a realizar su proyecto religioso (humano) de comunicación sobre la tierra<sup>20</sup>.

Jesús asume y actualiza así en su vida aquello que los israelitas esperaban para el tiempo mesiánico: encarna la Palabra (amor universal) de Dios en forma de comunicación

(amor) interhumano. Otros grupos judíos sabían ya que el amor de Dios y de los hombres se implican, de manera que en el fondo son inseparables. Pues bien, *Jesús* ha expresado y encarnado esa apertura iniciando desde Israel un camino de comunicación universal (*¡llega el reino!*) que es, por un lado, acción humana (compromiso de comunicación de todos los hombres), y, por otro, es manifestación de Dios que se revela allí donde los humanos se vinculan en gratuidad de mesa y casa compartida<sup>21</sup>.

### 4. Muerte y resurrección de Jesús

El proyecto de Jesús ha sido combatido por los poderes establecidos, que le han matado; resucitando a Jesús, Dios ha ratificado el proyecto y camino de comunicación de Jesús.

El proyecto y camino de comunicación de Jesús, que abre un espacio de vida en dignidad y amor a los antes marginados (enfermos, pobres, pecadores...), ha suscitado el rechazo de los poderes establecidos que controlan la comunicación nacional (sacerdotes) e imperial (romanos). Para mantener sus privilegios, impidiendo el acceso de los pobres a la vida compartida, en nombre de su «dios» establecido, los poderes fácticos mataron a Jesús. Pues bien, al resucitar a Jesús, Dios no se venga de aquellos que le mataron, sino que ofrece, a ellos y a todos, el mismo camino de comunicación que anunciaba Jesús, encarnado ahora de un modo total en su persona, elevando para ello a los antes oprimidos y ofreciendo palabra a quienes no tenían acceso a la palabra.

La muerte de Jesús no ha sido sólo el asesinato de un inocente más (aunque él lo haya sido), sino la muerte de aquel inocente que había querido abrir para todos los seres humanos un camino de comunicación universal. Lo que estaba en juego en su muerte no ha sido la vida de un hombre particular (por más sagrada que fuere), sino la vida y diálogo de todos los seres humanos, el proyecto de reino (comunicación universal) que él ha ofrecido. Desde aquí se entiende la importancia de su resurrección. Jesús había proclamado e iniciado en nombre de Dios el reino de la comunicación universal. Pues bien, Dios le ha recibido y respondido, de manera que ese diálogo de comunicación universal no ha fracasado su la muerte, sino todo lo contrario: ha culminado en ella, porque Jesús ha mantenido su palabra y Dios le ha resucitado, de manera que en la línea de la Palabra de Jesús puedan comunicarse todos los humanos. La pascua de Jesús es por tanto el triunfo de la comunicación.

Por medio de la pascua, Dios ha ratificado el evangelio de la apertura universal de Jesús, de manera que quien quiera seguir su camino ha de hallarse dispuesto a que le maten; pero el mismo Dios (fuente de comunicación sobre la muerte), acoge a quienes mueren de esa forma. El camino de Jesús continúa, pues Dios asume su proyecto de apertura universal y diálogo, a partir de los pobres. Ésta es

la verdad, la novedad fundante, de la experiencia de la pascua: el amor a los demás tiene sentido y triunfa por la Cruz. El cristianismo se define así como victoria de la comunicación sobre la muerte (en medio de la muerte). El gesto de Jesús que se deja matar manteniendo su proyecto de reino es principio y centro del evangelio<sup>22</sup>.

## 5. Dios es comunión: Trinidad

La experiencia pascual permite conocer al mismo Dios y definirle como la comunicación fundante y fundadora, en formas de encuentro personal (=trinidad).

A partir de la experiencia pascual (=Dios ha resucitado a Jesús), los cristianos afirman que Dios es comunicación (donación mutua y revelación, amor intra-divino y efusión de amor extra-divino). No hay primero un Dios en sí (más allá de toda comunicación, como puro misterio insondable) y después una comunicación de Dios, que se revela porque así lo ha decidido. De manera sorprendida y gozosa, los cristianos han traducido el mensaje de Gen 1, 1 (en el principio.) en claves de «comunicación racional» intra-divina, diciendo que «en el principio era la Palabra...», de manera que *Dios mismo es Palabra* (Jn 1, 1), es decir, comunicación de vida. De esa forma, el «yo soy el que soy» de Ex 3, 14 se traduce y expresa en forma «tú eres mi Hijo» (Mc 1, 9-11), en claves de comunicación de amor.

*Judíos y musulmanes* siguen dejando a Dios en el silencio, como Nombre que no puede nombrarse (YHWH), Voluntad que no puede influirse ni cambiarse (de manera que sólo podemos someternos a ella (Islam). Por eso, ellos extienden en torno a Dios un manto de silencio, situándolo más allá de todas las palabras: no sabemos quien es, ante lo desconocido estamos. *Los cristianos*, en cambio, creemos que Dios es Comunicación. No conocemos simplemente lo que hace, sino que le conocemos a él, en el misterio de su realidad inabarcable: es Padre que ama al Hijo, Hijo que responde al Padre, Comunión de amor o Espíritu Santo. Así decimos que Dios es Comunicación: no comunica «verdades» sobre sí, sino que se comunica él mismo.

Desde ese fondo decimos que Dios es Trinidad, en forma de «perijóresis» o Comunicación personal, como «baile» incesante de comunicación y vida: Palabra que se da gratuitamente (Padre), que se acoge en amor (Hijo) y se comparte (Espíritu Santo). Esa misma Comunicación, que es Trinidad, se expresa y actualiza en la Pascua de Jesús, de manera que nosotros, los humanos, nos introducimos por ella en el misterio original de lo divino. No es que Dios nos regale algo externo, sino que él mismo se regala, introduciéndonos en su diálogo de vida, de manera que nosotros podemos vivir y vivimos también si nos comunicamos.

Dios no es silencio cerrado en sí mismo, ni poder miedoso, ni fuerza que se impone... No es tampoco envidia ante nosotros, ni juicio autosuficiente, ni egoísmo del que quiere mantenerse separado. No es alguien por enci-

ma, como Señor que nos obliga a someternos a su fuerza, sino que es el milagro de la comunicación gratuita en la que somos (con la que nos identificamos, pues sólo somos aquellos que comunicamos). Los cristianos se han sentido gratificados y enriquecidos por este Dios de Jesús que viene a presentarse ante ellos como principio y sentido de comunicación gratuita, universal, salvadora, en el Espíritu. Así decimos que creer en Dios es creer en la comunicación, vivir en fe que se funda en el misterio pascual y se abre a todos los humanos<sup>23</sup>.

## 6. Iglesia y comunicación

El Dios de la pascua de Jesús, expresado como Espíritu Santo, suscita una iglesia o comunidad de creyentes que comparten la palabra y la expanden de forma misionera.

Iglesia es la comunidad de aquellos que, creyendo en la palabra de Jesús resucitado, pueden compartirla y celebrarla en medio de la historia (como historia). No les vincula ya una raza, la historia pasada de un pueblo o algún tipo de intereses materiales, sino la misma palabra de Dios, encarnada en Jesús. Creer en Dios significa creer en la Palabra que vincula a los humanos en un mismo proyecto de vida compartida. En ese sentido, creer es vivir en comunicación personal, de tal forma que sólo pueden llamarse cristianos aquellos que, creyendo en Dios, *se creen* unos a otros y se comunican la vida, en gesto de pan y vino (amor) compartido, es decir, de eucaristía.

La Iglesia es, según eso, una «comunión de comulgantes», es decir, de comunicantes. Es la comunión aquellos que creen en la palabra de Jesús que les vincula, enriqueciendo a cada uno en su comunión con los demás, de manera que todos puedan compartir el mismo camino, dándose la vida unos a otros. Por eso decimos que la Iglesia es esencialmente *misionera* (cf. Mt 28, 18-20), no para introducir a otros en el propio grupo (y así «ganar adeptos»), sino para que todos los hombres y mujeres de la tierra puedan vivir en comunión. La Iglesia no es una institución para sí, sino que está al servicio de la comunicación universal. Por eso, podemos afirmar que ella sólo cree en la Palabra en la medida en que la vive y la ofrece a todos, haciéndose espacio y camino de diálogo, no para que los demás se hagan cristianos (en sentido confesional), sino para que todos puedan vivir y vivan en comunión, superando el riesgo de «instrumentalización», es decir, de dominio, de opresión y división en que vive actualmente la humanidad, como hemos puesto de relieve en el apartado anterior de este trabajo<sup>24</sup>.

## 7. El dogma cristiano

El contenido de la comunicación (Dios es Trinidad, Cristo ha resucitado) se identifica con el principio, camino y meta de la misma comunicación eclesial.



Como venimos indicando, el principio de la comunicación religiosa (*¡hay Dios!, ¡Dios es Cristo!*) se expresa y expande en la acción del proceso comunicativo, de manera que el Logos de Dios (Dios es Palabra) se encarna en la palabra que los hombres «son» al decirse. En ese sentido, podemos afirmar que el Logos de Dios (=Jesús) no se expresa en forma de teoría (teología racional), sino en forma de realización vital (comunicación teológica y/o humana). De ese modo, el evangelio no es algo que está fuera de la comunicación sino fuente y sentido de esa misma comunicación o diálogo universal. No hay primero verdad y luego diálogo, pues la verdad es el mismo diálogo. Al hablar así, no quiero inventar ninguna teología nueva, sino recuperar la más valiosa tradición teológica, desde la visión de los *Padres Alejandrinos* (como Atanasio y Cirilo, que entendieron a Jesús como Logos o Palabra de Dios), hasta algunos *teólogos de la liberación* (que entienden la palabra de Jesús como poder de transformación social).

Aquí podrían contraponerse dos perspectivas. (a) *Algunos teólogos y analistas culturales siguen suponiendo que la fe existe de forma independiente*, como depósito de dogmas o verdades que se aceptan por revelación/autoridad. En esa línea, añaden que la fe existe, que la verdad se encuentra preparada, y que sólo hace falta comunicarla, en un segundo momento, en gesto de información (se dicen verdades) y de testimonio personal. Eso significaría que la fe tendría sentido y consistencia (realidad) en sí misma, fuera de la comunicación creyente. Tendríamos ya la verdad; deberíamos aprender a comunicarla. (b) *En contra de eso, pienso que el contenido de la fe cristiana no puede separarse de su comunicación* (pues el mismo contenido es comunicación/comunión). En otras palabras, la fe cristiana sólo existe y puede expresarse en forma de comunicación, es decir, de diálogo interhumano (y con Dios). Por eso, el problema no está en comunicar una fe que ya existe (guardada en un tipo de depósito sagrado), sino en la misma comunicación que, como venimos indicando, se identifica con la misma fe cristiana (y en el fondo con la misma humanidad, pues la humanidad es una forma de comunicación).

No hay humanidad y después comunicación; no hay cristianismo y luego diálogo, pues humanidad y cristianismo son esencialmente «comunicación». Desde ese fondo, y situándome ya en un contexto cristiano, debo afirmar que la Iglesia es una *comunidad comunicativa*, una comunidad cuya tarea y meta consiste en comunicarse, es decir, en el despliegue y surgimiento de una comunicación gratuita, esperanzada, universal, que permita que los hombres y mujeres vivan y tengan futuro como humanos. Eso significa que no puede hablarse de una verdad cristiana de tipo «ontológico», fuera del camino del amor, del diálogo de la comunión, pues sólo el amor mutuo (la comunicación de vida) es la verdad<sup>25</sup>.

## Conclusión

Muchos piensan que existe actualmente en Europa (y en el mundo) una crisis de comunicación religiosa. Pues bien, en esa línea he querido decir que no hay crisis de «comunicación» (como si hubiera buena religión, pero no supiéramos cómo decirla y venderla en el mercado universal de la modernidad), sino de cristianismo. Son muchos los que piensan que la racionalidad moderna ha convertido el ser en capital y la palabra/logos en mercado. Pues bien, en contra de eso, volviendo a las raíces de lo cristiano, he querido decir que el hombre no es capital ni mercado, sino vida en comunión. Desde ese fondo digo que la crisis cristiana puede ser momento de renacimiento.

En contra de los que afirman que el tiempo de la religión ha terminado, me atrevo a decir que el tiempo de la verdadera religión está comenzando. Lo que ha podido terminar ha sido un tipo de religión «ontológica», separada de la comunión/comunicación vital. Precisamente ahora, en un tipo en que parte de la humanidad corre el riesgo de caer en manos de un racionalismo de imposición y mercado, puede y debe desplegarse en su verdad el ser humano, como religión, es decir, comunicación gratuita de vida. Existen, sin duda, otras formas de expresión la religión/comunión, de manera que ellas deben dialogar entre sí. Pero nos parece que el cristianismo puede y debe ofrecer su experiencia en este mundo nuevo.

No somos futurólogos, no queremos ser profetas. No conocemos el futuro, que está en manos de Dios y de la creatividad histórica y utópica de los humanos. Pero sabemos que el camino está abierto y hemos podido trazar unas sendas, que no van perdidas en el bosque de los círculos viciosos de la fatalidad, sino que nos dirigen hacia la culminación positiva de un amor que comunión de vida. De esa forma, se abre ante nosotros una utopía de comunicación, un reto humano, una invitación cristiana. Ciertamente, para los cristianos existe Dios, pero este no es un Dios que se halla fuera de la comunicación, sino dentro de ella, tal como ha venido a revelarse en Cristo. No podemos buscarle arriba, fuera, en un espacio resguardado de trascendencia, sino en la misma acción comunicativa del amor mutuo entre los creyentes, entre todos los humanos.

Desde este fondo cobran su unidad de las tres partes de este ensayo. (1) He presentado la razón (y la religión) en claves de comunicación. (2) Después he trazado los cuatro momentos principales de la crisis de lo humano, que era crisis del sistema y del proceso comunicativo, para retomar mejor el origen (vuelta a la madre) y para trazar mejor el camino (superar la razón impositiva y discriminadora, que impide la comunicación humana). (3) Así he podido presentar el cristianismo como religión de la comunicación.

En ese contexto puedo añadir que hay un sólo ser humano, pero que se puede hablar de dos tipos de razón. (a) Hay una *razón realista*, que se ha expandido básicamente desde Europa y que tiende a expresarse en forma de «sistema», una razón que ha logrado unos avances espectaculares en el campo de la ciencia y del dominio del mundo y en la producción de bienes de consumo. Ésta es la razón técnica, que se despliega en forma de «capital» y se articula en forma de «mercado», en claves de dominio y de sometimiento. (b) Pero hay también una *razón de la vida*, que preferimos llamar «razón comunicativa», que no sirve para fabricar cosas y tener objetos (capital), sino para vivir, compartiendo la vida. En este nivel de la vida, que es comunicación, no existe más «capital» que lo que se da (el don de sí), ni más mercado que la comunicación gratuita de la vida, sin imposición de nadie, sin sometimiento.

Cerrada en sí misma, *la primera razón* conduce a la muerte de lo humano, como ya hemos destacado. El hombre es aquel ser que puede «morir» (matarse) de éxito. Precisamente allí donde el capital es más grande y el sometimiento más riguroso y el mercado más libremente abierto al dominio de algunos nos acecha el demonio de la muerte. Esta razón realista y triunfadora corre el riesgo de acabar absolutizando unas formas de relación que están al servicio del puro poder, sin humanidad de fondo, pero así terminar en la muerte. Ésta es una razón cansada y violenta, la razón de un poder que se puede acabar convirtiendo en principio de muerte (ya hemos aludido a la bomba atómica y biológica, a la bomba del sometimiento humano).

Por eso, a fin de que la primera razón no nos destruya, tenemos que destacar la *razón de la vida* (que se sitúa en el nivel de eso que suele llamarse «el mundo de la vida», un mundo que no puede racionalizarse en forma de capital o sistema). Pues bien, en ese mundo de la vida, que es el mundo de la comunicación gratuita, se sitúa el cristianismo, que aquí hemos entendido como experiencia sagrada de comunicación personal y social. Esta razón de la vida (de tipo personal, gratuito, utópico) debe encarnarse en el realismo concreto de las relaciones sociales, de las condiciones culturales y económicas, afectivas y sanitarias de los hombres y mujeres. Pero no puede nunca cerrarse en ese «realismo», para sacralizar una de sus formas (como han hecho a veces algunas iglesias establecidas), sino que debe abrir espacios y caminos de comunicación gozosa y gratuita, en la línea de un amor que nos desborda (que Jesús llamaba el «reino de Dios»).

Nosotros, europeos, hemos desarrollado más la «razón realista», exportándola a todo el mundo, con la ciencia, el capitalismo y la civilización del consumo. Pero no podemos olvidar que, como herederos de un tipo de cristianismo (y de otras tradiciones religiosas), podemos y debemos desarrollar las potencialidades de la «razón gratuita de la vida», es decir, de la comunicación cristiana. No se trata de comunicar unas verdades especiales en el gran supermercado de la comunicación deshumanizada, sino de ser comunicación, dentro de una humanidad que sólo podrá sobre-vivir allí donde la vida se acoge, regala y comparte de un modo gratuito.

## NOTAS

<sup>1</sup> Ya a principios de este siglo XX, A. AMOR RUIBAL, *Principios fundamentales de la filosofía y el dogma I-X*, Santiago de Compostela S/A había intuido que toda realidad es relación y/o comunicación. Desde ese presupuesto construyó X. Zubiri su tratado *Sobre la esencia*. Madrid: Nacional, 1962. Lo que esos y otros autores ofrecían en germen ha sido desarrollado de forma consecuente por algunos representantes de la nueva antropología cognitiva, cf. D. E. RUMELHART y J. L. MCCLELLAND (eds.), *Introducción al Procesamiento Distribuido en Paralelo*. Madrid: Alianza, 1992.

<sup>2</sup> Parto X. ZUBIRI, «La dimensión histórica del ser humano», *Realitas* 1, 1974, pp. 11-70.

<sup>3</sup> El budismo ha tendido a interpretar la utopía de una forma supra-cósmica (superación del deseo). El racionalismo consecuente la entiende como proceso o despliegue de las potencialidades de la misma historia. El cristianismo vincula un elemento racional (histórico) y otro supracósmico (la utopía del Reino de Jesús).

<sup>4</sup> Sobre los grados de la realidad, y sus relaciones, cf. N. HARTMANN, *Ontología* (1935). Sobre la relación entre *naturaleza y gracia*, en perspectiva cristiana, han dicho lo esencial H. de LUBAC, *Surnaturel*. Paris: Aubier, 1946 (1965); K. RAHNER, «Sobre el concepto escolástico de la gracia increada»: *Escritos de teología I*. Madrid: Taurus, 1967, pp. 351-380. He desarrollado el tema en *Violencia y diálogo de religiones*. Santander: Sal Terrae, 2005.

<sup>5</sup> He aludido a K. RAHNER, *Oyente de la palabra*, Herder, Barcelona 1967, superando su transcendentalidad.

<sup>6</sup> He estudiado el tema en *Hombre y mujer en las religiones*. Estella: EVD, 1996, pp. 19-21. La vuelta al mito de la madre originaria inspira parte de la antropología contemporánea, desde. M. GIMBUTAS, *The Civilization of the Goddess*. San Francisco: Harper, 1991 y R. EISLER, *El cáliz y la espada*. Santiago de Chile: Cuatro Vientos, 1994 hasta P. SLOTERDIJK, *Esferas I-II*. Madrid: Siruela, 2003.

<sup>7</sup> «La guerra es común a todas las cosas...». «Es padre y rey de todas las cosas: a unos los muestra dioses y a otros hombres, a unos los hace esclavos y a otros libres» (*Fragmentos* 80 y 53). He estudiado el tema en *Antropología Bíblica*, BEB 80. Salamanca: Sígueme, 2005; cf. también R. GIRARD, *El misterio de nuestro mundo*. Salamanca: Sígueme, 1982. Entre estos dioses masculinos destaca Marduk, Señor de Babilonia, representante de los hijos matricidas: es el varón que doma a la mujer, el soldado que impone el orden «racional» en la ciudad o la guerra. Ciertamente, Marduk y los dioses patriarcales suscitan un espacio de comunicación (nación, ciudad), pero lo hacen a través de la violencia. Sobre los dioses triunfadores, en perspectiva indoeuropea, cf. G. DUMÉZIL, *Mitra-Varuna*. Paris: PUF, 1959; *Les Dieux des Indo-européens*. Paris: PUF, 1959.

<sup>8</sup> Para una discusión del tema cf. R. GIRARD, *La violencia de lo sagrado*. Barcelona: Anagrama, 1982. Reinterpretación de su postura en L. SCUBLA, «Contribution à la théorie du sacrifice», en M. DEGUY y J. P. DUPUY, *R. Girard et le problème du mal*. Paris: Grasset, 1982, pp. 103-168. Ofrezco una visión de conjunto del tema en *Violencia y religión en la historia de occidente*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2006.

<sup>9</sup> Cf. K. JASPERS, *El origen y meta de la historia*. Madrid: Alianza, 1981. De un modo u otro, entre el VII y IV a. C., Zoroastro y Buda, brahmanes y profetas de Israel, sabios chinos y filósofos de Grecia han criticado a los dioses precedentes (patriarcales), acusándoles de inmorales, inexistentes o irracionales, según los casos.

<sup>10</sup> Lo modelos de racionalidad y diálogo religioso de las culturas post-axiales siguen siendo masculinos. Ciertamente, no se



puede desandar el camino del tiempo-eje, pues la humanidad en su conjunto ha superado el nivel de la naturaleza y volver a ellas sería retroceso. Sin embargo, tampoco podemos sacralizar las «conquistadas» del tiempo eje y de los grandes pueblos triunfadores, como si ellas fueran expresión de algo definitivo.

<sup>11</sup> *La experiencia cristiana*, apoyada en el fondo israelita, destaca el valor de la *encarnación*, o revelación de Dios en el proyecto de reino de Jesús, es decir, en un camino de comunicación humana.

<sup>12</sup> Los *judíos* ponen más de relieve al pueblo, entendido como espacio de comunicación. Los *musulmanes* destacan la importancia del Corán como revelación de la voluntad de Dios. Para los cristianos, el principio de la comunicación humana y religiosa se identifica con una persona (Jesús) que está presente en todas las personas.

<sup>13</sup> La racionalización es en sí misma buena, pero resulta peligrosa allí donde se vuelve impositiva: razón dominadora frente al mundo (riesgo de destrucción ecológica) y razón destructora frente a los perdedores del sistema (una mayoría de personas quedan fuera de los círculos de comunicación de los poderes establecidos).

<sup>14</sup> Así lo ha mostrado, a mi entender, Ap 13, como he señalado en *El Señor de los ejércitos*. Madrid: PPC, 1997 y en mi lectura de *El Apocalipsis. Guías del NT*. Estella: EVD, 1998. He ofrecido una relectura del tema en clave de comunicación en «Poder perverso, información mentirosa»: *Retos de la Sociedad de la Información. Homenaje a M. T. Aubach*. Bibl. Salmanticensis, 187. Salamanca: UPSA, 1997, 321-339. Cf. S. R. F. PRICE, *Rituals of Power: The Roman Imperial Cult in Asia Minor*. Cambridge: UP 1984.

<sup>15</sup> Quizá por vez primera en la historia, las grandes religiones (por lo menos el cristianismo) pueden presentarse como aquello que son: formas simbólicas de expresar y potenciar la comunicación profunda, abriendo un camino de vida (de cielo, de nirvana) par los seres humanos. Ciertamente, ellas son diferentes entre sí y no pueden identificarse unas con otras. Pero, en contra de aquellos que las toman como folclore o signo de irracionalidad, donde todo da lo mismo porque es arbitrario, ellas poseen una profunda coherencia y racionalidad comunicativa. Pienso que ellas son la más honda experiencia de comunicación. Una y otra vez, los grandes racionalistas, de Goethe a Kant, de Feuerbach a Hegel, de M. Weber a Habermas, han tendido a decir que lo que antaño ofrecía la religión lo garantizan ahora otras formas de cultura: el arte y la filosofía, la ética racional y la sociología... En contra de eso, quiero defender el carácter específico de la aportación religiosa (cristiana) en el campo de la comunicación, pues ella ofrece una experiencia de gratuidad y utopía, de encuentro con Dios y de esperanza pascual que no pueden traducirse ni encerrarse en moldes puramente racionales.

<sup>16</sup> Reconozco mi deuda con J. HABERMAS, *Teoría de la acción comunicativa I-II*. Madrid: Taurus, 1988, pero la visión que propongo es distinta de la suya.

<sup>17</sup> Cf. especialmente P. BERGER, *Para una teoría sociológica de la religión*. Barcelona: Kairós, 1971; Th. LUCKMANN, *La religión invisible. El problema de la religión en la sociedad moderna*. Salamanca: Sígueme, 1973.

<sup>18</sup> He estudiado el tema en *El Fenómeno Religioso*, Trotta, Madrid 1998.

<sup>19</sup> He desarrollado el tema en *Dios judío, Dios cristiano*. EVD, Estella 1996. Visión distinta del mesianismo y universalismo futuro del judaísmo en F. ROSENZWEIG, *La estrella de la redención*. Salamanca: Sígueme, 1997.

<sup>20</sup> Desde este fondo vinculamos *acción comunicativa y utopía mesiánica*. Frente a otros tipos de racionalidad que corrían el riesgo de volverse dictatoriales (imponer una verdad previa, por encima del diálogo humano), el modelo de acción-razón comunicativa de Jesús se expresa en claves de gratuidad. La misma actividad comunicativa de Jesús se abre a una utopía de gracia (don de Dios) que le desborda. De esa manera, el evangelio cristiano puede y debe interpretarse como revelación plena de un Dios que es «comunidad» y comunicación de vida.

<sup>21</sup> Así lo he puesto de relieve en *Dios es Palabra. Teodicea cristiana*. Santander: Sal Terrae, 2004.

<sup>22</sup> Según eso, el cristianismo se define como experiencia de comunicación que supera la muerte. Precisamente aquí, en el lugar donde Jesús muere por defender su proyecto de universalidad y donde Dios le resucita, haciéndole principio de comunión para todos los humanos, recibe su sentido y plenitud el evangelio. Así lo he destacado en *Este es el Hombre. Historia de Jesús*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2007.

<sup>23</sup> Sobre el «silencio» del Dios judío, que no se puede nombrar, en su diferencia frente al Dios cristiano que es comunicación, cf. A. CHOURAQUI, *Moisés*. Barcelona: Herder, 1977. Cf. también D. MASSON, *Monothéisme coranique et monothéisme biblique. Doctrines comparées*. Paris: DDB, 1976. Sobre Dios como «perijóresis» o baile trinitario trata parte de mi *Enchiridion Trinitatis*, Secretariado Trinitario, Salamanca 2005. Hemos desarrollado el tema en X. PIKAZA y V. HAYA, *Diccionario de las Tres Religiones*. Estella: Verbo Divino, 2008.

<sup>24</sup> El cristianismo no condena a las otras religiones, ni quiere destruirlas o convertir a sus creyentes por la fuerza (para que sean cristianos), pues la fuerza es lo contrario a la comunión universal del evangelio. La verdad del cristianismo es su oferta de comunión; por eso, todo intento de imponer el evangelio sin comunión, sin diálogo de amor, es contrario a la misma verdad del cristianismo. Un cristianismo que eleva su verdad sobre las otras religiones no es cristiano, una iglesia que condena los restantes cultos no es iglesia. Como signo de esa comunicación universal abierta en Cristo puede expandirse y se expande la iglesia, ofreciendo un hogar de acogida y afecto, de amor y palabra para todos los humanos. Por eso decimos que la Iglesia es una y católica, siendo espacio e impulso de comunión universal, en diálogo con todas las religiones y culturas, al servicio del Reino de Dios que, como hemos visto, no es la Iglesia institución, sino la comunión vital (no puramente espiritualista o religiosa) de todos los hombres y mujeres.

<sup>25</sup> El cristianismo tiene aspectos *informativos* (que se pueden codificar y aprender, en forma impersonal, incluso en un manual de teología). Pero la verdad del evangelio no es información, sino *comunicación personal*: no transmite saberes o noticias, sino que ofrece y comparte unas «formas» de vida en encuentro personal, en diálogo afectivo (el amor de Dios sólo se expresa y realiza en el amor al prójimo) y en búsqueda compartida de la vida.

