Publicado en *Misioneros Claretianos - Provincia de Santiago* (https://www.claretianos.es)



# La marca ?Claretianos?

Martes, 15/10/2013

Una ?marca? ha dejado de ser un simple sello para convertirse en una categoría que identifica la totalidad de un producto o un servicio. Acostumbrados a hablar de ?marcas comerciales?, el concepto ?marca? puede ir más allá, remitiendo a *lo que una entidad tiene como propio para ofrecer a otros*.

Igual que Jesús comparó a sus seguidores con ?ovejas? o al pecador con una ?moneda perdida?, también hoy podemos aplicar a nuestra Congregación el concepto ?marca? sin pretender agotar ni violentar su realidad, sino más bien para ayudarnos a pensar y a caminar.

Y así, podemos recordar que la*marca* Claretianos tiene solera: nació hace 164 años, en un contexto donde se hacía necesario anunciar el Evangelio, y un grupo de misioneros viviendo en común, con una espiritualidad y formación consistentes, podrían ofrecer ese anuncio de una manera cualificada.

Desde su origen y su historia, la *marca* Claretianos aparece hoy asociada a otras *marcas* importantes: Jesucristo, Iglesia, Evangelio, Reino, consagrados, misioneros, familia claretiana? En ese horizonte nos movemos.

La identidad de la *marca* Claretianos, desde el diseño de su Fundador, tiene diversos componentes en interrelación:

- *Hijos del Corazón de María*humanos, en apertura a Dios y en disponibilidad a sus planes, para acoger y engendrar la vida de su Hijo para el mundo. Precedidos, acompañados y alentados por María, la Madre.

- *Arder en caridad*: el amor personal de Dios como raíz, horizonte y camino, que quiere dar color y calor a todo y a todos, hasta las periferias. Nuestra imagen de marca (el fuego del Espíritu) nos lo recuerda.

- *Desear encender a otros*: porque ¿quién no desea que otros puedan beneficiarse de aquello que da valor a la propia vida? Ese deseo vivo puede ayudar a que surjan las nuevas vocaciones que la Iglesia y la Congregación necesitan.

- *Seguir e imitar a Jesucristo*: a Él consagramos nuestra vida, en comunidad, para la misión; a Él queremos ?seguir más de cerca?, como decimos al hacer nuestros votos; Él es nuestro Proyecto, el centro desde el que nos descentramos.

- *Orar*: en toda ocasión; personal y comunitariamente; con la Eucaristía como punto de encuentro que nos reúne, nos centra y nos envía.

- *Trabajar*: por todos los medios, desarrollando la misión de anunciar el Evangelio en lo más urgente, oportuno y eficaz, por los caminos del Reino.

- *Sufrir*: en diversas circunstancias, acogiendo la cruz del seguimiento y ayudando a otros a llevarla, sin acomplejarnos ni arredrarnos.

- *Procurar la gloria de Dios*: la meta de todo el camino; Aquél que sostiene nuestra vida; el mayor don que podemos ofrecer a otros.



La calidad de nuestra marca, como la de cualquier marca, se juega en la calidad de sus representantes. En un contexto donde ya no se dan algunos apoyos que se daban en otros tiempos (demográficos, socio-religiosos, de promoción social?), la calidad de la *marca* Claretianos y su visibilidad son un ingrediente clave en nuestra animación vocacional. Todo ello en el marco de una propuesta cristiana consistente a los más jóvenes y precedida de la oración humilde al Dueño de la mies, que es el primer preocupado en que su Evangelio siga llegando a todos los rincones de nuestro mundo mediante la acción misionera.

En ese sentido, la llamada a ?ser normales? ha podido ser, por un lado, muy positiva, al prevenirnos para no aparecer como ?bichos raros?. Pero por otro lado ha podido ser muy peligrosa, al poder sugerir una igualación a la baja que nos haga perder la tensión que pide un seguimiento radical en espiritualidad compartida, en comunitariedad encarnada, en apostolado como envío de Dios? Esa radicalidad evangélica que nos recuerdan los mártires de todos los tiempos. Desde ahí podría entenderse el eslogan ?espabilarse o morir?. O la llamada a ser ?tan iguales? en lo que debamos ser inteligibles, a la vez que ?tan diferentes? que aportemos la novedad de nuestra vocación que el mundo necesita. ?Ser alternativos? puede ser la clave. O mejor, "ser claretianos?.




La cercanía de la celebración de la Fiesta de nuestro Fundador es un buen momento para animarnos en este camino. Y recordarnos que la primera ?propaganda? de nuestra marca común somos *cada claretiano y cada comunidad*. Con nuestras fortalezas y debilidades. El resto (actividades vocacionales, carteles, folletos?), tendrán valor en tanto en cuanto estén respaldadas por esas vidas que buscan responder generosamente, con sus luces y sombras, al don vocacional recibido.

Claretianos: una vida que merece la pena, un sueño que merece la vida.

[1] [1] [1]

---

**URL de origen:** https://www.claretianos.es/blogs/pijv/marca-claretianos?mini=2029-04

**Enlaces:**
[1] http://www.addthis.com/bookmark.php?v=250