

ARZOBISPO
Braulio Rodríguez Plaza

Carta semanal

Final

7 de enero de 2007

La cultura dominante organiza el periodo de Navidad —me niego a llamarlo «*vacaciones de invierno*»— en tres partes, al utilizar, mezclándolos, temas religiosos con reclamos comerciales, ya que es hija del consumismo. En primer lugar, bombardea a la opinión pública con la cena de Navidad, los regalos, Papá Noel, las felicitaciones y algo de nostalgia porque la familia se reúne. De unos años para acá deja caer la sospecha de la veracidad del contenido cristiano de Navidad, como algo ya pasado y que no se debe notar mucho; pero sin insistir mucho, pues de lo contrario el negocio pudiera decaer. Pero ahí está la postura laicista en Navidad, que cree muy peligroso que el contenido cristiano de Navidad impere en la sociedad laica.

Una segunda parte de este periodo navideño se centra en fin de año, pues el tiempo es siempre una dimensión inquietante para el ser humano. Todo es, entonces, desearse un feliz año, en que todo sea nuevo, y para ello lo mejor es ruido, fiesta, espectáculos "mágicos", borracheras y alguna que otra bacanal, aunque siempre hay gente sensata y con una filosofía sabia de la vida que se reúne y celebra el fin del año bien y sin estridencias, sabiendo que poco cambio puede haber si no cambia el corazón en el año nuevo. En cualquier caso, los gastos y el consumismo suben enteros, ahora sin referencia a ningún motivo cristiano aparente.

La tercera parte de este tiempo de Navidad está orientada de lleno hacia otra noche "mágica", que puede producir una situación un poco absurda, porque si la costumbre de regalar a los niños empieza el