

# EL PAULINO, HOMBRE DE COMUNICACIÓN

P. Silvio Sassi

Jueves, 28 de Julio 2011

0. La comunicación es un elemento constitutivo del carisma paulino; no puede hablarse de los Paulinos sin asociar enseguida la comunicación. Cualquier discurso y fenómeno tocante a la comunicación, interesa al perfil del carisma paulino. De hecho, la identidad del carisma paulino es “**nómada**”, en el sentido de que en cada momento de la historia tiene una definición específica, si bien observado en su desarrollo a lo largo de los años, está en constante cambio, pues va in sincronía con los cambios de la comunicación.

Deben hacernos reflexionar las palabras de Benedicto XVI sobre la comunicación digital: “Las nuevas tecnologías no están cambiando sólo el modo de comunicar, sino la comunicación en sí misma, por lo cual cabe afirmar que estamos ante una vasta transformación cultural” (*Mensaje para la 45ª Jornada mundial de las comunicaciones sociales, 2011*). También el Papa, pues, subraya que con la comunicación digital “no cambia sólo el modo de comunicar, sino la comunicación en sí misma”. **Cuando cambia la comunicación llega un tsunami sobre las cuatro ruedas del “carro paulino”**, no sólo sobre el apostolado.

1. “La evangelización, anuncio del Reino, **es comunicación**; por tanto la comunicación social hay que tenerla presente en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva” (CELAM, *Puebla*, n. 1686). El magisterio universal de la Iglesia y el magisterio continental iberoamericano nos recuerdan que la evangelización es comunicación y que cambiando la comunicación se producen consecuencias sobre la evangelización misma. La 13ª Asamblea general ordinaria del Sínodo de los Obispos (Roma, 7-28 de octubre de 2012) tendrá por tema *La nueva evangelización para la transmisión de la fe cristiana*. La Iglesia, concienciándose nuevamente de su naturaleza misionera en un contexto social que se aleja de los valores cristianos, quiere pensar una “**nueva evangelización**”.

Ya en 1926 el P. Alberione escribía: “**El mundo necesita una nueva, larga y profunda evangelización**” (UCBS, 20 de agosto de 1926, en *La primavera paolina*, p. 680) y para realizarla comenzó la Sociedad de San Pablo enteramente dedicada al apostolado de la prensa.

Describiendo el carisma paulino, el Fundador repite que la espiritualidad, el estudio, la vida común y las actividades apostólicas han de estar dirigidas a la misión específica: todos los aspectos de la vida paulina deben tener un “**color**” particular, el “**color paulino**”.

También el magisterio de la Iglesia nos recuerda que en una Congregación, **todo debe caracterizarse por la misión específica**: «No existe concretamente una vida religiosa “en sí” a la que se incorpora, como un añadido subsidiario, el fin específico y el carisma particular de cada Instituto. No existe en los Institutos dedicados al apostolado, un camino de santidad ni de profesión de los consejos evangélicos,

ni de vida dedicada a Dios y a su servicio, que no estén intrínsecamente ligados al servicio de la Iglesia y del mundo» (*Potíssimum institutioni*, 2.02.1990, n. 17).

Afirmando que el Paulino es “hombre de comunicación”, se quiere decir que, mediante una **formación integral**, ha adquirido la condición de ser un “apóstol con la comunicación”. Así pues, la comunicación, para el Paulino, no es sólo una especialización en alguna disciplina que estudia el fenómeno comunicativo, sino la **característica de su personalidad** como hombre y como apóstol.

2. El P. Alberione, tras haber definido el **apostolado de la prensa**, traza el perfil y el necesario recorrido formativo del **apóstol de la prensa**. Subrayo: **primero la identidad del apostolado y luego la identidad del apóstol paulino**, porque el proyecto de evangelización se funda en la realidad comunicativa del tiempo.

Actuando dentro de una teología más bien homogénea, de una cultura aún inspirada en los valores cristianos y adoptando los varios *mass media*, **para todos los apostolados**, el P. Alberione ha dejado **invariada** la formación humana, cristiana, religiosa; sólo en la formación apostólica **adaptó** a los varios medios la redacción, la producción y la difusión. Con cualquier tipo de comunicación, el apóstol paulino debe formarse de modo “**integral**”: como **hombre, cristiano, religioso y paulino**.

En los últimos años de vida del Fundador, en la **Iglesia** se celebra el concilio Vaticano II, que elabora una nueva visión teológica, litúrgica, pastoral, formativa y de teología de la vida religiosa; en la **sociedad** se asiste a una verdadera revolución social y cultural, y en la **comunicación** se pasa de la época de los *mass media* a la comunicación como “cultura”.

Las **consecuencias** de estos enormes cambios en la formación integral paulina fueron afrontadas sobre todo en los **Documentos** del *Capítulo general especial 1969-1971* y en los dos *Seminarios internacionales* **La formación paulina para la misión** (12-23 de octubre de 1994) y **La actualización del carisma paulino en el tercer milenio: espiritualidad y misión** (18 de junio-3 de julio de 2008).

El desarrollo de la comunicación digital como **fenómeno complejo**, no como simple **nueva forma de comunicación**, plantea **problema nuevos** a la formación integral paulina como se la describió, enseñó y vivió hasta hoy. Os invito a considerar la comunicación digital no sólo como un **nuevo ámbito** para el **apostolado paulino**, sino como un “**nuevo estilo de vida**” en el cual pensar y vivir de modo “nuevo” la totalidad de los aspectos del carisma paulino.

Si el Paulino ha de ser considerado “hombre de comunicación” en toda época histórica, hoy, después del **apostolado de la prensa**, el **apostolado de las ediciones** (*mass media*), nos encontramos en el apostolado de la **comunicación digital**. Las comunidades paulinas en que vosotros vivís están compuestas de **generaciones de Paulinos** formados en contextos de comunicación diversos y, a veces, incluso limitados respecto a las posibilidades ofrecidas por el desarrollo comunicativo del tiempo.

No podemos decir que todos los demás aspectos de la vida paulina (espiritualidad, formación, vida comunitaria) son **iguales para todas las generaciones** y que **sólo** el apostolado experimenta un desenvolvimiento. Hoy, a diferencia de los tiempos del Fundador, con la comunicación han cambiado también los **valores**

**sociales y culturales** y hay otro modo de pensar y de vivir los **valores religiosos**. Encontrándose juntas **generaciones diversas** de Paulinos, todas tienen derecho a vivir la particular **síntesis** del carisma madurada con referencia al tipo de comunicación que usan en la evangelización. Cada generación debe ayudar a la sucesiva a ser fiel a la comunicación del “propio tiempo”, no a la comunicación pasada.

3. Teniendo presente que la evangelización paulina hoy se vale, si bien en proporción variable, de varios tipos de comunicación, se hace aún más urgente una “**personalización**” de la formación que indique siempre con mayor claridad la “misión” que todo júnior está llamado a desempeñar en una Circunscripción.

En la **formación humana para la comunicación**, dos son los ámbitos que privilegiamos: las “**actitudes sociales**” y la “**madurez afectiva**”. La misión paulina se desenvuelve en comunidad y, pues hoy conviven generaciones diversas de Paulinos, la formación en una “**comunicación de grupo**” es indispensable; por otra parte, nuestro modo de evangelizar necesita el trabajo de muchos y hace necesaria una “**comunicación de organización**” que sepa respetar el organigrama y las funciones de cada uno.

La parte humana no cabe educarla sólo en vista de una “profesión”, de un “rol”, como si se tratara de construir un robot: se requiere una educación a la “**comunicación con todas las potencialidades de los afectos**”.

En la **formación cristiana para la comunicación**, es preciso privilegiar, en la experiencia personal de fe (**comunicación con Dios**), la “**crisificación**” según **san Pablo**; y en la propuesta a los demás (**comunicación con el prójimo**), el **testimonio**, no la mera transmisión.

En la **formación religiosa para la comunicación**, es necesaria la **comunicación de grupo** como base para la **vida en común** y una visión en **perspectiva comunicativa** de los **votos religiosos** para darles la dimensión social con “color paulino”.

En la **formación paulina para la comunicación**, en la que convergen todas las precedentes, para formar al Paulino “hombre de comunicación” **son necesarias**: una síntesis bien articulada de contenidos filosóficos y teológicos o de otra disciplina; una iniciación sistemática al fenómeno de la comunicación; el conocimiento de las lenguas; la competencia necesaria en comunicación digital y un proyecto personalizado para la misión a desarrollar con la especialización pertinente.

El Paulino debe ser una **persona de cultura**: estudios serios de contenidos profundos. A todos les es necesaria una **iniciación en toda la comunicación**, para dar una orientación incluso a los estudios filosóficos y teológicos cursados en centros especializados externos. Sin el **dominio de las lenguas** y una **experiencia internacional de estudios o de apostolado** en otra cultura, el Paulino queda muy limitado. Y como las **tecnologías informáticas** están presentes doquier, todo Paulino, además de un discreto dominio técnico, debería estar disponible para una formación permanente, vistos los continuos cambios en las aplicaciones del lenguaje digital.

El **proyecto personalizado de misión paulina** constituye la síntesis de la formación integral, pues es el resultado de las aptitudes del joven, de las necesidades

de la Congregación y las específicas de una Circunscripción. Durante las varias etapas formativas, el proyecto para cada joven debe precisarse cada vez más, a fin de llegar al menos a las puertas de la **profesión perpetua** (tanto para los clérigos como para los discípulos) estando bien identificado y sin ser puesto en discusión.