

CARTA ANUAL DEL SUPERIOR GENERAL
A LOS HERMANOS DE LA SOCIEDAD DE SAN PABLO

APÓSTOLES COMUNICADORES

Para una cultura del encuentro

Queridos hermanos,

¡la gracia, la paz y el amor de Jesús Maestro estén con todos ustedes!

Después de haber tratado en las dos últimas Cartas anuales algunos aspectos que se refieren a la santidad y al estudio, la de este año quiere profundizar la rueda del “carro paulino” del apostolado, un tema muy cercano a nosotros y a toda la Familia Paulina. Comienzo esta reflexión con las palabras de nuestro Fundador, el Beato Santiago Alberione, cuando afirma, refiriéndose de manera particular al apostolado de la prensa: *«¡Apostolado! Esta simple palabra encierra toda una misión, todo un programa. Es apóstol el que ora, el que habla, el que actúa, el que sufre, el que ama, el que cree y el que espera. Pero es también apóstol, y mucho, quien escribe, imprime y difunde la palabra de Dios»*¹.

Como bien se deduce de este pensamiento, la acción apostólica no está desligada de la persona del apóstol. La evangelización es el objetivo principal de nuestra vocación apostólica². Sin embargo, es evidente que el desarrollo y la fecundidad del apostolado no dependen sólo de la adopción de los medios que el progreso técnico y científico ponen día a día al servicio del Evangelio, sino sobre todo de la persona del apóstol que desarrolla la misión: *«El apostolado es un fruto, y el fruto viene de la planta: si la planta es sana, el fruto será abundante; pero si la planta está enferma, el fruto o faltará o será escaso»*³.

Desde esta perspectiva podemos decir que el desarrollo del apostolado – es decir su comprensión carismática, su amplitud de horizontes, su contenido, su creatividad, la sensibilidad pastoral, la organización, la metodología de trabajo, la audacia, etc. – depende de la persona del apóstol, incluso cuando las situaciones externas puedan ser adversas. De hecho, no hay renovación institucional o de impulso apostólico si no hay una regeneración de cada persona: y es también evidente que no hay tal regeneración si no se construye una comunicación de calidad con Dios, con los otros, consigo mismos, con la creación, etc.

¹ Santiago Alberione, *El Apostolado de la Edición (AE)*, Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo, 2000, n. 5.

² Cfr. *Documentos del Capítulo General Especial 1969-1971*, Casa generalizia della Società San Paolo, Roma, 1982, n. 71.

³ Giacomo Alberione, *Vademecum*, Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo, 1992, n. 961.

Esta Carta pretende ir más allá de la óptica técnico-instrumental de la comunicación y, por consiguiente, de nuestro apostolado⁴. Somos conscientes de que la misión paulina consiste en la difusión del Evangelio mediante los instrumentos de la comunicación social – de donde deriva también el hablar de todo cristianamente⁵ – y que siempre debemos estar atentos a los signos de los tiempos para adoptar cualquier medio más rápido y eficaz que la inteligencia humana ponga a disposición para el mayor bien de los hombres⁶. Sin embargo, la identidad del Paulino no coincide sólo con su trabajo en el campo específico de la comunicación, sino también con su comprenderse a sí mismo como “hombre de comunicación”⁷, como persona de relaciones auténticas, que tiene en la dimensión de la comunicación una parte constitutiva de su ser y de su actuar.

Considerando que se trata de un tema muy amplio y complejo, nuestro intento es afrontarlo desde un ángulo especial, el de una “cultura del encuentro”⁸ que requiere entablar relaciones humanas sanas y fructíferas, alimentadas por el corazón⁹ de cada persona. De hecho, quien tiene amor, ama; quien tiene odio, odia; quien es venenoso esparce veneno; quien es alegre siembra alegría; quien es optimista comunica cosas positivas, y así sucesivamente. Quien cree que es posible llegar a una “cultura del encuentro”, practica una comunicación que ayuda a construirla.

Este tema, mientras que por una parte va a la raíz de nuestras dificultades actuales, nos ofrece al mismo tiempo un camino regenerador a nosotros, “apóstoles comunicadores y consagrados”¹⁰. En este sentido trataremos de presentar una reflexión sobre la comunicación que nos ayude a confrontar esta realidad con nuestra identidad de “Editores paulinos” (es decir, de ¡hombres de comunicación!). Esperemos que cada uno de nosotros – individual y comunitariamente – tome en serio este tema, para mejorar la calidad de sus relaciones (ad intra y ad extra).

Ciertamente estas relaciones deben estar integradas en todos los contextos de la vida paulina: en la vida comunitaria, en la espiritualidad, en los votos religiosos, en la piedad, en la formación (la “studiositas”), en las relaciones interpersonales, en la administración... Y esto considerando que todo debe caminar en sintonía con vistas a nuestra misión.

1. La comunicación para una “cultura del encuentro”

Es cierto que el significado de la expresión “cultura del encuentro”, tal como generalmente la utiliza el Papa Francisco, requiere una hermenéutica muy precisa para sacar a la luz todo su

⁴ Es oportuno tener presente la *Carta Anual* del 2014, escrita por el P. Silvio Sassi, *Evangelizar en la comunicación con la comunicación*, en donde propone la lectura y la actualización de *Apostolato Stampa*, presentando en forma orgánica la visión del Beato Santiago Alberione respecto al apostolado y a la persona del apóstol.

⁵ Cfr. Santiago Alberione, *Abundantes divitiae (AD)*, Società San Paolo, Roma, 1998, n. 87-88.

⁶ Cfr. *Constituciones y Directorio de la Sociedad de san Pablo*, art. 2.1.

⁷ “El Paulino, hombre de comunicación” fue el tema del VI Capítulo general de la Sociedad San Pablo, que tuvo lugar en Ariccia del 15 de marzo al 16 de abril de 1992.

⁸ Desde el inicio de su pontificado, el Papa Francisco está exhortando continuamente a la Iglesia a vivir y a difundir en el mundo una verdadera “cultura del encuentro”, camino privilegiado para promover y lograr la paz duradera entre los pueblos. En comunión con el Papa, también nosotros estamos llamados a prestar nuestra colaboración con acciones e iniciativas concretas.

⁹ «En la Biblia, el corazón son nuestras intenciones verdaderas, lo que realmente buscamos y deseamos, más allá de lo que aparentamos: “El hombre mira las apariencias, pero el Señor mira el corazón (1 Sam 16,7). Él busca hablarnos en el corazón (cfr. Os 2,16) y allí desea escribir su Ley (cfr. Jr 31,33). En definitiva, quiere darnos un corazón nuevo (cfr. Ez 36,26)», en Papa Francisco, *Gaudete et Exsultate*, n. 83.

¹⁰ Cfr. *Declaración capitular X* Capítulo general de la Sociedad de San Pablo.

potencial y su fecundidad. A grandes rasgos podemos afirmar que se opone a una cultura fragmentaria y dispersiva, marcada por el individualismo, la autosuficiencia y el narcisismo, o a esa cultura caracterizada por un conjunto de ideas, comportamientos, creencias, estilos de vida, etc., que destruyen las relaciones. Contrasta con la cultura del encuentro la contracultura de la exclusión, del prejuicio, del rechazo y de la indiferencia. Por el contrario, la cultura del encuentro es la que nace de la comunicación practicada en términos de proximidad¹¹, donde están presentes el respeto, el diálogo, la inclusión y la colaboración¹² con vistas al bien común.

La cultura del encuentro no es sólo algo que hay que difundir con nuestros medios de apostolado, sino sobre todo es una realidad de poner en práctica comenzando por nuestras relaciones interpersonales. Nosotros mismos debemos sentirnos interpelados, en primer lugar, a dar nuestra contribución para promover esa cultura a partir de los pequeños gestos diarios dentro de nuestras comunidades y de nuestras estructuras apostólicas. El actual magisterio pontificio insiste repetidamente en que la cultura del encuentro debe estar en el corazón de la misión de la Iglesia y, podemos añadir sin temor a equivocarnos, también del apostolado paulino, que encuentra en la comunicación el aspecto central de su carisma.

La comunicación, una realidad sin la cual es imposible vivir, es imprescindible en la construcción de esta cultura. De hecho, expresarse, hablar con el otro y compartir con él nuestra vida son algunos de los elementos que nos definen como seres humanos. La comunicación es el medio natural para entrar en contacto con el otro, es el horizonte que todos deseamos y del que al mismo tiempo, sin embargo, a veces tenemos miedo, pues acercarse al otro puede resultar difícil. Sólo la comunicación es capaz de gestionar esta relación ambivalente entre el “yo” y el “otro”¹³.

En el origen de la palabra comunicación está el vocablo “comunidad”¹⁴. La comunicación es siempre una búsqueda del otro y de un compartir. Es capaz de romper las barreras que construimos en torno a nosotros mismos, el círculo cerrado de nuestra autosuficiencia, y nos permite buscar al otro, reconocer su alteridad, su especificidad, su diferencia en relación a nuestra persona. En este proceso de comunicación la escucha es un elemento esencial en cuanto que la eficacia de la misma comunicación no depende de lo que se dice, sino sobre todo de lo que y cómo se escucha.

Comunicar, antes aún que hablar, exige saber escuchar, actitud que supone la disponibilidad a comprender las expectativas del interlocutor, entrar en su mundo. «Escuchar significa prestar atención, tener deseo de comprender, de valorar, respetar, custodiar la palabra del otro. [...] Escuchar significa también ser capaces de compartir preguntas y dudas, de recorrer un camino al lado del otro, de liberarse de cualquier presunción de omnipotencia y de poner humildemente las propias capacidades y los propios dones al servicio del bien común»¹⁵. El ritmo acelerado de hoy,

¹¹ Cfr. Papa Francisco, *Mensaje para la 48ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: “Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro”*, 24 de enero de 2014.

¹² Cfr. Santiago Madrigal Terraraz, *L'unità prevale sul conflitto. Papa Francesco e l'ecumenismo*, Libreria Editrice Vaticana, Roma, 2017, p. 44.

¹³ Cfr. Dominique Wolton, *Pensar la comunicación*, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2007, p. 42.

¹⁴ El primer sentido de la palabra “comunicación”, que apareció en el siglo XII, proviene del latín y se refiere a la idea de comunión, del compartir. El segundo sentido aparece en el siglo XVI y se refiere al concepto de transmisión, difusión. Está relacionada con el desarrollo de las técnicas, comenzando con la prensa. Cfr. Dominique Wolton, *Pensar la comunicación*, op. cit., p. 37.

¹⁵ Papa Francisco, *Mensaje para la 50ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: “Comunicación y Misericordia: un encuentro fecundo”*, 24 de enero de 2016.

marcado por tanto ruido, unido a ciertas tendencias individualistas, no siempre nos ayuda a escuchar. Si no escuchamos, ¿qué vamos a decir? De esta situación nacen – y lo comprobamos tristemente en la realidad – tantos conflictos que derivan de relaciones interpersonales carentes de escucha.

Relacionado a la escucha está el silencio. De hecho, es necesario callar para escuchar. Callando se permite a la otra persona poder hablar, poder expresarse ella misma. Pero el silencio es también para nosotros una gran oportunidad de no permanecer ligados solo a nuestras palabras o a nuestras ideas sin una oportuna confrontación. *«Cuando palabra y silencio se excluyen mutuamente, la comunicación se deteriora, ya sea porque provoca un cierto aturdimiento o porque, por el contrario, crea un clima de frialdad; sin embargo, cuando se integran recíprocamente, la comunicación adquiere valor y significado. El silencio es parte integrante de la comunicación y sin él no existen palabras con densidad de contenido. En el silencio escuchamos y nos conocemos mejor a nosotros mismos; nace y se profundiza el pensamiento, comprendemos con mayor claridad lo que queremos decir o lo que esperamos del otro; elegimos cómo expresarnos»*¹⁶.

A veces tratamos de resolver los problemas que atañen a la misión abordando las consecuencias y no yendo directamente a las causas. Con otras palabras, olvidamos que la raíz de ciertas dificultades, incluso en campo apostólico, muchas veces radica en la falta de comunicación interpersonal de calidad que incluye la escucha y el silencio. Es necesario un esfuerzo de todos para comunicarse bien, es decir, para adoptar esas actitudes que nos ayudan a ser más cercanos, a conocernos mejor y a estar más unidos.

2. El Paulino, hombre de comunicación

Al inicio, citando al Fundador, dijimos que el apostolado es un fruto, que el fruto viene de la planta y que la planta somos cada uno de nosotros como personas. Para nosotros los Paulinos el fruto depende en gran parte de cómo vivimos nuestra identidad cristiana y carismática, porque es de este modo – obviamente junto con otros datos personales y culturales y con nuestra misma experiencia de vida – como nos comunicamos con nuestros hermanos, con nuestros colaboradores laicos, con los interlocutores de nuestro apostolado. Es con esta identidad con la que estamos presentes en la “cultura de la comunicación” y estamos llamados a promover el encuentro.

No será posible desarrollar aquí de manera exhaustiva todos los elementos que determinan la identidad del Paulino. Sin embargo, el primer aspecto que podemos subrayar es que, como todos los cristianos, el Paulino, en primer lugar, es un ser humano con sus luces y sus sombras, llamado a permitir que la gracia del Bautismo produzca frutos en un camino de santidad¹⁷. Esa santidad consiste en el amor de Dios, que nos amó primero, y en la perfecta unión con Cristo, de la que brota y de la que recibe el impulso para amar al prójimo¹⁸, con un amor vivido concretamente en el servicio a los hermanos.

En esta realidad humana y cristiana abierta a la acción de la gracia de Dios, tratamos de responder a nuestra vocación específica, caracterizada al menos por dos propiedades. La primera es la identidad marcada por la profesión de los consejos evangélicos a través de los votos: *«El celibato por amor del Reino de quien “pierde” su propia vida por Cristo y por el Evange-*

¹⁶ Papa Benedicto XVI, *Mensaje para la 46ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales: “Silencio y Palabra: camino de evangelización”*, 24 de enero de 2012.

¹⁷ Cfr. Papa Francisco, *Gaudete et Exsultate*, n. 15.

¹⁸ Cfr. *Documentos del Capítulo General Especial 1969-1971*, op. cit., n. 4.

lio; la pobreza como liberación del propio yo embarazoso, en el tener tanto como en el ser. Para poder mirar a los hombres con ojo limpio de intereses, de prejuicios, del temor a perder tiempo y fuerzas, a ser juzgados; la obediencia como expresión de pertenencia a la propia institución. Más en concreto, al mandato recibido, a la misión personal y comunitaria»¹⁹.

El otro aspecto se refiere a nuestra realidad como “editor”, una característica connatural a nuestra identidad y fuertemente relacionada con la comunicación, un rasgo que no sólo define nuestra actividad, sino también nuestro ser, de acuerdo con el sentido que hemos heredado de nuestro Fundador. El texto del Beato Alberione que interpreta los fundamentos teológicos del apostolado de la prensa en relación con la evangelización, entendida como “edición” (que podemos entender como “extraer de uno mismo para dar a los demás”), es una fuente de inspiración para nosotros: «El Padre Celeste ab æterno es el Editor del Hijo. [...] El Hijo Divino, Editor del Evangelio como Maestro Camino, Verdad y Vida. [...] El Espíritu Santo es el Autor y el Editor de las Sagradas Escrituras. [...] María es la editora de la Palabra humanizada. [...] Edición y publicación es la Iglesia. [...] María también es Madre, Maestra y Reina de los Editores y de las ediciones. [...] San Pablo: el escritor más abundante en el Nuevo Testamento»²⁰.

El Paulino, viviendo los compromisos del Bautismo y de la vida consagrada, inspirándose en Jesús (y en la Trinidad), en María y en San Pablo, está llamado a ser “editor” y a ejercerlo a través de un carisma institucional que está en función de la evangelización. «El Paulino que desempeña este cometido no es sólo un “profesional” de la comunicación, sino que es un “apóstol”: una persona que, insertada en la comunidad, vive la experiencia de la fe en Cristo a ejemplo de san Pablo, y se hace “testigo” de su experiencia en las formas y lenguajes de la comunicación actual. El beato Alberione sintetiza el perfil de los Paulinos así: “ni comerciantes ni industriales, sino Sociedad de apóstoles”»²¹. Recordemos que la palabra “apóstol” significa “enviado”²², aquel que anuncia un mensaje. Como apóstol, el editor paulino está llamado a evangelizar o, en palabras de nuestro Fundador, a transpirar a Dios por todos los poros: con sus palabras, sus obras, sus oraciones, sus gestos, sus actitudes: en público y privado, con todo su ser²³. Está llamado a ser un verdadero hombre de comunicación de Dios.

Teniendo en cuenta que «las obras de Dios se hacen con los hombres de Dios»²⁴, es también oportuno subrayar que, para vivir en plenitud esta identidad, el Editor paulino está invitado a buscar todos los medios²⁵ y los tiempos oportunos para mantenerse en una constante escucha de Dios, en una comunicación vital con Él, «si no, quien está vacío, ¿qué cosa dirá?»²⁶. En este campo podemos destacar la celebración eucarística²⁷, la “visita” y la meditación de la Palabra (especialmente los Evangelios y las Cartas de San Pablo²⁸), el examen de conciencia,

¹⁹ Renato Perino, *El paulino Editor hoy a la luz de los fundamentos carismáticos de la Sociedad de San Pablo*, en *Organización Apostólica y multimedialidad a la luz de la 3ª Prioridad*, Roma 1992, p. 19.

²⁰ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. *919.

²¹ Silvio Sassi, *Intervención en la IX ASAMBLEA GENERAL DEL CIDEP*, São Paulo (Brasil), 11-18 de noviembre de 2013, en *San Paolo*, Año 89 (abril 2024), n. 445, p. 45.

²² La palabra “apóstol” deriva del griego “apostéllo” (enviar). Cfr. la voz “Apostoli” in *Temi Teologici della Bibbia*, a cura di Romano Penna – Giacomo Perego – Gianfranco Ravasi, San Paolo, Cinisello Balsamo, 2010, p. 85.

²³ Cfr. Santiago Alberione, *Ut perfectus sit homo Dei (UPS) IV*, Edizioni San Paolo, Cinisello Balsamo, 1998, n. 277-278.

²⁴ Giacomo Alberione, *Carissimi in San Paolo (CISP)*, Edizioni Paoline, Roma, 1971, p. 210.

²⁵ Cfr. Santiago Alberione, *AE*, op. cit., nn. 94.87.102.

²⁶ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit. n. 967.

²⁷ Es oportuno recordar las palabras del Beato Santiago Alberione: «Eucaristía y Biblia forman la apóstol de la prensa. Sean estas dos cosas inseparables y unidas en vuestros corazones», en *Haec meditare II*, I (1941), p. 80.

²⁸ Cfr. Giacomo Alberione, *CISP*, op. cit., p. 168.

etc. Son todos “espacios de comunicación”, de encuentro con el Maestro para poder ser después sus comunicadores y, consiguientemente, verdaderos promotores de diálogo, de comunión y de encuentro.

3. Considerando nuestra realidad de comunicadores

Después de haber presentado algunos rasgos que identifican al Paulino, podemos preguntarnos: en la práctica ¿cómo vivimos nuestra identidad de “hombres de comunicación”? No nos referimos sólo a nuestra misión específica de comunicar con los medios técnicos, sino antes de nada a esa comunicación interpersonal.

Ciertamente, la comunidad y el entorno en el que llevamos a cabo nuestro apostolado son los primeros lugares en beneficiarse de una comunicación auténtica. Todos coincidimos en que los ambientes de vida sanos nos permiten lograr lo que nuestras Constituciones nos proponen como estilo de vida, cuando indican que el fin de nuestra Congregación se logra a través de un apostolado eminentemente comunitario, donde todos los miembros cultivan la colaboración fraterna y la amistad y se ayudan recíprocamente para corresponder a la común vocación²⁹.

Son buenos propósitos pero, ¿no podemos esconder la realidad! Debemos preguntarnos sinceramente si vivimos o, al menos, si nos esforzamos por vivir una comunicación interpersonal satisfactoria, como se esperaría del Editor paulino para construir “encuentro” y lograr una “colaboración fraterna”. Es cierto que hay hermanos que se esfuerzan en este camino. Sin embargo, observando nuestra realidad, vemos honestamente que todavía tenemos un largo camino por recorrer en esta dirección, especialmente donde existen obstáculos que impiden todavía una buena comunicación.

En este sentido, queremos subrayar las dificultades que surgen especialmente en aquellos ambientes en los que no predomina la propuesta del Evangelio, sino más bien una cierta mentalidad de empresa y de mercado. Estos son los lugares donde más problemas se crean en las relaciones interpersonales, con graves consecuencias para la vida comunitaria y, por lo tanto, para el mismo apostolado. Me refiero a esos lugares en los que se intenta ciegamente imponer una estructura jerárquico-empresarial radical, motivada por la búsqueda desenfrenada de la eficiencia, transformando las relaciones que deberían existir entre hermanos en relaciones meramente funcionales, a menudo frías por estar centradas, casi exclusivamente, en los resultados: son sólo creadoras fuentes de conflictos y sufrimientos.

Es una reflexión, más aún, una constatación preocupante y significativa, sobre la influencia del mercado en la vida consagrada: *«La ley del mercado está deformando hombres hechos a norma de la ley de la selva. Y nos encontramos con hombres y mujeres, religiosos y religiosas, e la búsqueda del éxito personal, agresivos, inseguros, desorientados. Personas sin ideales, sin esperanza, sin utopías, que buscan comodidad y seguridades y que viven su existencia sin motivaciones coherentes. El mercado ha secado su corazón. Enseña a competir, a calcular; pero no a ser persona, sobre todo personas creativas»*³⁰. ¡Qué triste es la vida consagrada donde no hay amor, no hay gratuidad, no existe la verdadera comunicación, no hay profecía, no hay encuentro!

Es natural que tengamos que confrontarnos con el mercado y con las leyes del comercio y de la industria; es evidente que debemos organizar bien las diferentes áreas y sectores de apostolado unificados en un proyecto común; es igualmente necesario que debemos respetar

²⁹ Cfr. *Constituciones y Directorio de la Sociedad San Pablo*, art. 15.

³⁰ Carlos del Valle, *Vita Religiosa e Società*, in *Consacrazione e Servizio*, n. 11 (novembre de 2002). Se puede consultar en red: <http://www.usminazionale.it/1-2002/delvalle.htm>

los roles y estar atentos a las leyes laborales, etc. Pero al mismo tiempo es necesario tener presente que todas estas cosas en realidad son sólo medios, nunca fin, y sobre esto ya nuestro Fundador nos ponía en guardia³¹. La historia nos enseña que en donde entran los criterios de mercado en lugar del Evangelio –ese conjunto de valores que comprende el amor, el servicio, la fraternidad, la misericordia, la justicia, la paz –, tarde o temprano el fracaso está asegurado.

Estas observaciones nos interrogan y nos deben llevar a analizarnos también en otros aspectos, por ejemplo, sobre el modelo de comunicación predominante dentro de nuestra organización apostólica. ¿Tal vez sigue inspirándose en el modelo heredado de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión...) en los que predomina una comunicación vertical, jerárquica, autoritaria, despersonalizada, basada en el modelo de uno que habla a todos de manera unidireccional, etc.?

Además de las relaciones humanas dentro de las comunidades y de las estructuras apostólicas, también es necesario evaluar cómo es el nivel de nuestra apertura a la Iglesia universal y local, con las personas (nuestros interlocutores o destinatarios) situadas en su contexto cultural, social y económico, político y religioso, con las diferentes problemáticas en las que está en juego la vida de la humanidad (la ecología, por ejemplo), etc. Tenemos que ver hasta qué punto la opción de llegar a los alejados, a los no cristianos, a los pobres... es de hecho una realidad en nuestras iniciativas de publicación y difusión. Se puede constatar fácilmente que las comunidades y las obras apostólicas muy cerradas – o peor aún, las autorreferenciales – perjudican tanto a las personas que viven en ellas y en donde trabajan, como al mismo impulso apostólico.

En general, pienso que aún no hemos entrado, como se esperaría, en el modelo de comunicación que nace de las redes digitales, un ambiente que, a pesar de que tiene algunos aspectos problemáticos, ofrece, sin embargo, un espacio abierto a la interactividad, a la participación, a la colaboración, a la comunicación horizontal y compartida. A este respecto es necesario recordar lo que se dijo en el *2º Seminario Internacional de Editores Paulinos*: «No podemos vivir de ilusiones. Los medios digitales están a disposición, internet existe y rápidamente se transforma, adaptándose a las exigencias cambiantes de las personas a nivel planetario. De esta manera, la red cambia nuestras sociedades, y no podemos eludirnos pensando que no modifican la Iglesia, e incluso nuestro modo de pensar y de vivir la comunidad cristiana»³². Este cambio que vivimos no es puramente tecnológico, sino que crea y nos introduce en unas relaciones “nuevas”: ¡nos echa en la red!

Exhorto a todos, pues, a observar con atención nuestras comunidades y nuestros ambientes apostólicos, para ver hasta qué punto se vive en los diversos niveles el ideal del Paulino como “hombre de comunicación” – que crea comunión y promueve el encuentro –. Para poder avanzar en el crecimiento de una comunicación eficaz, busquemos juntos en nuestra espiritualidad dos referencias que, sin duda, pueden ayudarnos en ese camino.

4. Jesús, Maestro de comunicación

La renovación del pensamiento y la acción y su orientación hacia una “cultura del encuentro” toca sin duda la estructura misma de nuestra naturaleza humana, que está claramente orientada a la relación, al descubrimiento del otro, a la interacción, al diálogo, como hemos

³¹ Cfr. Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. 1066.

³² Dario Edoardo Viganò, *Di quali modelli di comunicazione ha bisogno oggi la Chiesa nel mondo?*, in *Atti del 2º Seminario Internazionale Editori Paolini*, Ariccia, 16-21 ottobre 2017, p. 99.

dicho anteriormente. Todos estos aspectos, totalmente humanos, están presentes en la persona de Jesús.

Con un lenguaje paulino podemos decir que Jesús es nuestro Maestro también en esa forma de comunicación que lleva al encuentro con el otro y que descubrimos en primer lugar en la Santísima Trinidad, que es comunión de amor y arquetipo de comunicación. Toda la acción de la Trinidad en el plan salvífico es una “comunicación generativa”, creadora, convirtiéndose para nosotros en fuente, modelo y referencia, tanto como tipología de comunicación como modalidad de relación. Este horizonte trinitario nos envuelve a todos y nos estimula a vivir en el amor y en la compartición fraterna, seguros de que donde hay amor ahí está Dios³³.

El rostro de Dios se nos ha revelado en Jesús por medio de su Palabra, que se hace liberadora y redentora para toda la humanidad, en su predicación y en sus acciones, a través de una comunicación que tiene en el amor su motor. Jesús nos muestra que todos somos amados por Dios; y, a su vez, se espera que todos correspondamos a él, tanto en nuestra relación con Él como con los hermanos: «*En esto conocerán todos que sois discípulos míos: si os tenéis amor los unos a los otros*» (Jn 13,35).

La apertura al amor manifestado en Jesús es un camino imprescindible para liberarse de una conciencia aislada y de la autorreferencialidad (cfr. EG 8). Sólo dejándonos poseer por su amor es posible romper todo tipo de actitud individualista, mercantilista y narcisista que, junto con otros muchos comportamientos destructivos, impiden la construcción de buenas relaciones y la realización del encuentro. De hecho, toda la vida de Jesús es una expresión de comunicación: con el Padre, con el Espíritu Santo, consigo mismo, con sus discípulos, con todos los que encontraba en su camino, especialmente los marginados y los que sufrían. Con gestos concretos de comunicación expresaba escucha y silencio, acogida, respeto, misericordia, compasión, paciencia...

En efecto, «*a menudo la enseñanza de Jesús adoptaba la forma de parábolas y relatos coloridos que expresaban profundas verdades con las palabras sencillas que se usaban a diario. No sólo sus palabras, sino también sus obras, especialmente sus milagros, eran actos de comunicación, que revelaban su identidad y manifestaban el poder de Dios. En sus comunicaciones mostraba respeto por sus oyentes, solicitud por su situación y sus necesidades, compasión por su sufrimiento y firme determinación de decirles lo que necesitaban oír, de un modo que debía atraer poderosamente su atención y ayudarles a recibir el mensaje, sin coerción ni componendas, sin engaño ni manipulación*»³⁴.

El apóstol, como ya hemos mencionado, es un “enviado”, pero antes aún está llamado a ser un «“experto” de Jesús»³⁵, también en el ámbito de la comunicación. Esto significa que es necesario establecerse en Jesús Maestro Camino (voluntad), Verdad (mente) y Vida (sentimiento)³⁶ para aprender de Él a comunicar de manera constructiva y positiva. En esta perspectiva, el apóstol es, ante todo, un “discípulo” que aprende del Maestro y lo imita al utilizar una comunicación de calidad. Por lo tanto, al mirar a Jesús desde la perspectiva de la comunicación, debemos reflexionar en qué medida nuestra fe en Él es una fe activa – es decir, que se expresa, en hechos y actitudes de comunicación constructiva y fundamentada en relaciones verdaderas – por medio del amor (cfr. Ga 5,6).

³³ Cfr. Papa Francisco, *Ángelus en la Solemnidad de la Santísima Trinidad*, 22 de mayo de 2016.

³⁴ Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, *Ética en las comunicaciones sociales*, 4-VI-2000, n. 32.

³⁵ Cfr. Papa Benedicto XVI, *Audiencia general*, 22 de marzo de 2006.

³⁶ Cfr. Santiago Alberione, *UPS I*, op. cit., n. 187.

5. Pablo, apóstol de comunión

San Pablo es otra referencia en la búsqueda de una comunicación constructiva. Pero antes de entrar en este tema, recordemos que el P. Alberione es muy explícito al presentar al Apóstol como prototipo de la vida del Paulino: «*El original es Jesucristo; la forma es san Pablo [...] y nosotros debemos formarnos en Él. Vivir, es decir, pensar, trabajar, promover, como él ha pensado, como él ha trabajado, como él se ha promovido la salud de las almas, como él ha orado. Ser verdaderamente Paulinos ¡Paulinos!*»³⁷. Dicho con una palabra: “impaulinarse”³⁸.

Formarnos en Pablo ciertamente presupone considerar no sólo el contenido de su mensaje y su celo apostólico, los medios utilizados y las estrategias pastorales que él adoptó, sino también fijarnos en su estilo de vida, en el contacto concreto y cotidiano con las personas y su capacidad para involucrar y entablar relaciones humanas, tanto con hombres como con mujeres, aspectos que no siempre consideramos, como ya notaba nuestro Fundador: «*Muchas veces san Pablo es considerado sólo en su grande actividad apostólica; pero ésta nacía del corazón, de su grande amor a Cristo, al Evangelio, a las almas. Se comprende entonces cómo haya podido hacerse “todo a todos”. [...]»*³⁹.

Sin lugar a dudas, la experiencia que marcó profundamente la vida de San Pablo fue su encuentro real y vivo con Cristo, el que había sido crucificado (cfr. 1 Cor 1,22-24). En ese inolvidable encuentro en el camino a Damasco «*Cristo resucitado aparece como una luz espléndida y habla a Saulo, transformando su pensamiento y su misma vida. El esplendor del Resucitado lo ciega: aparece de esta manera aún exteriormente aquello que era su realidad interior, su ceguera en relación de la verdad, de la luz que es Cristo. Y después su definitivo – “sí” – a Cristo en el bautismo reabre de nuevo sus ojos, lo hace realmente ver. [...] Esto ha ensanchado su corazón, lo ha abierto a todos*»⁴⁰. Pablo mismo afirma convencido que es “apóstol por vocación” y “escogido para anunciar el Evangelio de Dios” (Rm 1,1), porque fue el primero en vivir en sí mismo la experiencia de la salvación. Sin este acontecimiento – y por tanto sin escuchar lo que Jesús le dijo – no habría acaecido su conversión o, en todo caso, su cambio radical de vida.

A causa del encuentro con Jesús, Pablo descubre el verdadero rostro de Dios y se vuelve él mismo un instrumento de comunicación (Hch 9, 15). Por lo tanto, «*con tal de que Cristo sea anunciado (Flp 1:18), Pablo está siempre en viaje por tierra y por mar, en regiones montañosas y desiertas, enfrentando todo tipo de peligros. El horizonte de su misión es el mundo. Busca los centros importantes, las grandes ciudades y los cruces comerciales, de ahí es más fácil la divulgación de su mensaje*»⁴¹. Esta apertura universal llama nuestra atención sobre el valor que, en su actividad apostólica, San Pablo da a las relaciones interpersonales, a las comunidades, al encuentro, fruto de su capacidad de comunicar.

Pero, ¿en qué sentido Pablo es “comunicador”? Ciertamente no lo podemos entender adecuadamente a partir de un concepto distorsionado de comunicador, más semejante a un “charlatán” o a una persona que hace de la teatralidad y la espectacularidad un arma para convencer a los otros gracias al uso del arte retórico y la apariencia. En efecto, «*por sus cartas sabemos que san Pablo no sabía hablar muy bien; más aún, compartía con Moisés y Jeremías la falta de talento oratorio. “Su presencia física es pobre y su palabra despreciable” (2 Co 10, 10),*

³⁷ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. 653.

³⁸ Cfr. Giacomo Alberione, *Primavera paolina (PP)*, Edizioni Paoline, Roma, 1983, p. 216.

³⁹ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. 644.

⁴⁰ Papa Benedetto XVI, *Audiencia general*, 3 septiembre del 2008.

⁴¹ Bruno Maggioni, *Il Dio di Paolo e il Vangelo della grazia*, Paoline, Milano, 1996, pp. 14-15.

decían de él sus adversarios. Por tanto, los extraordinarios resultados apostólicos que pudo conseguir no se deben atribuir a una brillante retórica o a refinadas estrategias apologéticas y misioneras. El éxito de su apostolado depende, sobre todo, de su compromiso personal al anunciar el Evangelio con total entrega a Cristo; entrega que no temía peligros, dificultades ni persecuciones [...]»⁴².

Junto a los aspectos relacionados con el “contenido” que se desprenden de su experiencia del encuentro personal con Cristo, Pablo es un gran comunicador en el sentido que también es un verdadero promotor de la comunión (¡comunicación!). Incluso cuando en su trabajo pastoral tuvo enfrentamientos con alguno, estos incidentes nunca fueron una razón para dividir o romper la comunión. Leyendo sus cartas, especialmente el capítulo 16 de la Carta a los Romanos, encontramos una serie de nombres que pertenecían al vasto círculo de sus relaciones. Él «es un constructor de comunión, no sólo comunión al interno de cada una de las comunidades, sino de persona a persona, de grupo a grupo, y también entre comunidades judías y comunidades helenistas»⁴³.

Cuando hablamos de “comunión” debemos tener cuidado, porque a menudo este vocablo se ve y se entiende como algo abstracto y queda, por lo tanto, devaluado. Pablo, justamente, lograba pasar del nivel místico, ontológico e ideal de la comunión al plano práctico de la comunicación interpersonal, simple, ordinario, de todos los días, que sin duda derivaba de su capacidad de escucha. «Al encontrarse y escuchar a los demás, Pablo se dibuja a sí mismo, su vocación, la verdad de su mandato misionero. Anunciando se anuncia, y – análogamente – escuchando se escucha»⁴⁴.

De la escucha nacieron también sus cartas, a la luz del “acontecimiento Jesús”, que tratan de responder a los problemas concretos de las personas y de las comunidades con las que tenía contacto. Con otras palabras, el contenido del anuncio de San Pablo no nace en el escritorio sino de la práctica, de sus relaciones y, obviamente, de su capacidad de dejarse guiar como un instrumento dócil del Espíritu del Resucitado. En la “comunicación de escucha”, Pablo es un hombre totalmente dedicado a la evangelización, sin más intereses que los de Jesús, convencido de que el Evangelio es una palabra que no sólo hay que anunciar, sino también hacerla creíble con la propia vida. Tal estilo de vida nos hace pensar hasta qué punto nosotros, los Paulinos imitamos a nuestro “padre”, también en la búsqueda de una comunicación que sea un verdadero instrumento para promover el encuentro y crear comunión.

6. Rompiendo la autorreferencialidad

Como hemos visto, aunque de manera muy sintética, Jesús – ¡Maestro de comunicación! – y Pablo – su fiel discípulo – son dos referencias indispensables en nuestro camino en búsqueda de una comunicación que lleve al encuentro. Observando su recorrido, aprendemos de ambos que si queremos una comunicación que nos ayude a mejorar nuestras relaciones, debemos ser personas “en salida”.

Somos Iglesia y con la Iglesia queremos ser una Congregación “en salida”⁴⁵. Obviamente para “salir hacia todos” es necesario antes “salir de nosotros mismos”. Esto requiere un cambio de mentalidad, abandonar los prejuicios y el apego a las propias ideas, alejarnos de todo individualismo o visión mercantilista de las personas y del apostolado, librarse de toda resignación, etc. La cultura del encuentro, sobre la que estamos insistiendo en esta Carta,

⁴² Papa Benedicto XVI, *Homilía en la Basílica de San Pablo Extramuros, el 28 de junio del 2007*.

⁴³ Bruno Maggioni, *Il Dio di Paolo*, op. cit., p. 16.

⁴⁴ Giuseppe Mazza, *San Paolo, modello di comunicatore*, in *Atti del 2° Seminario Internazionale Editori Paolini*, op. cit., p. 212.

⁴⁵ Cfr. *Declaración Capitular del X Capítulo general*.

«pide que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros»⁴⁶, es decir, a “salir” para “acoger”.

Con respecto al ámbito de nuestra misión específica, ya el Fundador insistía en la necesidad de romper la autorreferencialidad para salir con el objetivo de llegar a todos cuando, por ejemplo, afirmaba que «Jesucristo enseñó a no esperar a las gentes, sino ir hacia ellas»⁴⁷. Hoy, aún más, debemos buscar a las personas. Pero esto no es suficiente. Es urgente liberarse de esa mentalidad autorreferencial paralizante y que generalmente intenta justificar la inercia con la frase “lo hemos hecho siempre así”. Con respecto a esto, el mismo Beato Alberione ya advertía: «Así que no piensen en decir “siempre lo hicimos así”. Con el paso de los años debemos adaptarnos a las condiciones del tiempo en que vivimos»⁴⁸.

El mismo magisterio actual de la Iglesia universal viene insistiendo en asumir una “pastoral en clave misionera”⁴⁹, que justamente exige abandonar el cómodo criterio de “se ha hecho siempre así”. La Iglesia nos exhorta a ser audaces y creativos en la tarea de replantear los objetivos, las estructuras, el estilo y los métodos evangelizadores de nuestras comunidades, advirtiendo que la identificación de los fines sin una adecuada búsqueda comunitaria de los medios para alcanzarlos está condenada a quedarse en simple fantasía⁵⁰.

Sobre todo, el tiempo actual nos desafía a afrontar el mundo digital, que no es un mundo paralelo al mundo real. En las autopistas digitales encontramos, al igual que en las calles y plazas de nuestras ciudades, personas concretas con sus fortalezas y debilidades, sus verdades y sus contradicciones. «La red digital puede ser un lugar rico de humanidad, no una red de hilos sino de personas humanas»⁵¹, un campo abierto, por tanto, para generar relaciones y promover la cultura del encuentro.

Precisamente en este campo, en el 2º Seminario Internacional de los Editores Paulinos quedó claro que «el editor del futuro produce relaciones. La red les ha dado a los individuos la posibilidad de expresarse de manera autónoma, independiente, sin mediaciones y de conectarse libremente entre ellos. De esta manera, ha socavado el concepto de “masa” entendida como un grupo de consumidores del mismo producto, dando lugar a un ecosistema poblado por innumerables comunidades. Esta es la verdadera revolución cultural de nuestro siglo. Una revolución que no tiene las características de un monstruo tecnológico, sino que es el resultado del deseo de compartir y la socialidad que reside en el alma humana desde el nacimiento de nuestra especie»⁵².

En este camino de apertura no podemos olvidar las instituciones de la Familia Paulina, que no obstante la diversidad de apostolados, pertenecen a un único “árbol” que tiene en la Eucaristía su raíz. Recordemos que «la Eucaristía es de donde ha nacido la Familia Paulina. Si así ha

⁴⁶ Papa Francisco, *Mensaje para la 48ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, op. cit.

⁴⁷ Santiago Alberione, *AE*, op. cit., n. 387.

⁴⁸ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. 347.

⁴⁹ Véase, por ejemplo, Papa Francisco, *Evangelii Gaudium* n. 35: «Una pastoral en clave misionera no se obsesiona por la transmisión desarticulada de una multitud de doctrinas que se intenta imponer a fuerza de insistencia. Cuando se asume un objetivo pastoral y un estilo misionero, que realmente llegue a todos sin excepciones ni exclusiones, el anuncio se concentra en lo esencial, que es lo más bello, lo más grande, lo más atractivo y al mismo tiempo lo más necesario. La propuesta se simplifica, sin perder por ello profundidad y verdad, y así se vuelve más contundente y radiante».

⁵⁰ Cfr. Papa Francisco, *Evangelii Gaudium*, n. 33.

⁵¹ Papa Francisco, *Mensaje para la 48ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*, op. cit..

⁵² Federico Badaloni, *Ripensare il ruolo dell'editore, oggi*, in *Atti del 2º Seminario Internazionale Editori Paolini*, op. cit., p. 191.

nacido, así debe vivir»⁵³. La Eucaristía, si se vive en profundidad, genera comunión, intercambio y servicio. La búsqueda del encuentro y la superación de todo lo que impide su desarrollo, comenzando por nuestras comunidades y dentro de la misma Familia Paulina, es sin duda una forma actual y concreta de dar testimonio del Evangelio y de ejercer la profecía en un mundo marcado por la tendencia a la dispersión y la fragmentación.

7. Conclusión

Queridos hermanos, los desafíos de nuestro apostolado son muchos. Están los que se refieren a las obras que realizamos con los medios de comunicación tradicionales; como también los que nos impulsan hacia la comunicación digital en red. Dos realidades que, sin embargo, deben estar cada vez más integradas entre sí. A estos se suman las nuevas iniciativas que surgen en algunas Circunscripciones, fruto de la creatividad y de la audacia, como son los centros culturales, los centros paulinos de estudios en comunicación, las diferentes actividades en el campo bíblico, las librerías como centros de evangelización y cultura, etc.

Pero el mayor desafío es ciertamente el de renovar al Editor paulino como “hombre de comunicación”. Es con esta identidad y con todo lo que esta expresión significa como queremos estar presentes en la “cultura de la comunicación”; un “editor” que trata de integrar el apostolado con la oración, con el estudio (entendido como “studiositas”), con la vida comunitaria, etc. y que se esfuerza por ser un verdadero constructor de una cultura del encuentro. Toda la persona para un apostolado más fecundo: mente, voluntad y corazón⁵⁴. ¡De esta vida integral e integrada depende todo el resto!

Sin embargo, es oportuno tener presente que un elemento esencial para lograr esta renovación es nuestra conversión personal, que presupone un cambio en la manera de pensar y actuar, iluminado por el Espíritu, del que depende la misma renovación de nuestras comunidades y de nuestras estructuras apostólicas⁵⁵. Sobre esto ya insistía nuestro Fundador: «*El verdadero celo de una reforma comienza siempre de nosotros mismos, por lo tanto no pierdan el tiempo en escuchar a todos aquellos que hablan de reformas –reformas en el clero, en la sociedad, en las asociaciones católicas– si antes no ven que estas personas comienzan con reformarse ellas mismas*»⁵⁶.

Hace falta una conversión que lleve a abandonar pensamientos y actitudes llenos de resignación. En efecto, «*una de las tentaciones más serias que ahogan el fervor y la audacia es la conciencia de derrota que nos convierte en pesimistas quejosos y desencantados con cara de vinagre. Nadie puede emprender una lucha si de antemano no confía plenamente en el triunfo. El que comienza sin confiar perdió de antemano la mitad de la batalla y entierra sus talentos*»⁵⁷.

Son muchas las preguntas que podríamos hacernos sobre el tema que hemos desarrollado. Entre éstas podemos mencionar algunas: ¿qué contribución concreta (a nivel personal, comunitario, formativo y apostólico) podemos ofrecer cada uno de nosotros para la construcción de una cultura del encuentro? ¿Es Jesús para nosotros la primera referencia para

⁵³ Giacomo Alberione, *Alle Pie Discepoli del Divin Maestro (APD)* IX, 1964, Edizioni Paoline, Roma, 1986, n. 203.

⁵⁴ Santiago Alberione, *AD*, op. cit., n. 22.

⁵⁵ Cfr. *Objetivo 2015-2021*, en *Actas del X Capítulo General de la Sociedad San Pablo*.

⁵⁶ Giacomo Alberione, *Vademecum*, op. cit., n. 169.

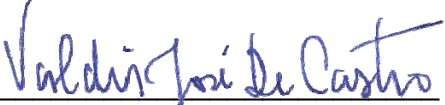
⁵⁷ Papa Francisco, *Evangelii Gaudium*, n. 85.

una comunicación de calidad? ¿Logramos crear "comunidad" y trabajar en equipo con los hermanos y con los colaboradores laicos, y también dentro de la Familia Paulina, tal como lo hacía el apóstol Pablo en su trabajo pastoral? ¿Cuáles son las dificultades concretas y cómo superarlas? A nivel personal, comunitario y apostólico, ¿estamos abiertos a la realidad del pueblo de Dios, a sus problemas y a sus expectativas? ¿Qué pasos hemos dado y cuáles quedan por dar? ¿Qué pensamientos y obras del Beato Alberione podemos recordar para motivar nuestro camino de apertura? ¿Qué iniciativas apostólicas nuevas podemos proponer para responder a las necesidades de hoy, especialmente cuando consideramos la comunicación en red?⁵⁸

Jesús, Maestro de comunicación, nos ayude a hacer todo por el Evangelio siguiendo las huellas del Apóstol Pablo, bajo la mirada de María, Reina de los Apóstoles y por intercesión del Beato Santiago Alberione, sin abandonar jamás el empeño de construir juntos, con fe y esperanza, una cultura del encuentro.

Fraternalmente

Roma, 6 de mayo del 2018
VI Domingo de Pascua


P. Valdir José De Castro, SSP
Superior general

⁵⁸ En esta reflexión es conveniente considerar también los contenidos de *Atti del 2° Seminario Internazionale degli Editori Paolini* y del documento *Líneas editoriales. Identidad, contenidos e interlocutores del apostolado paulino*.