



LA IDENTIDAD DE LOS CENTROS PAULINOS DE ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN

La finalidad de esta ponencia es ofrecer un contenido que nos ayude a reflexionar sobre la realidad de los Centros Paulinos de Estudios en Comunicación (CPSC) a partir de algunas características que consideramos imprescindibles para determinar la fisonomía institucional distintiva de los mismos. Partimos de una premisa importante: no basta abrir y desarrollar un Centro paulino de formación en el campo de la comunicación, como reafirmó el último Capítulo general.¹ Es necesario también darle una identidad “paulina” que lo distinga de las demás instituciones formativas en comunicación (religiosas o laicas) presentes ya en el territorio.

Este recorrido lo haremos en dos etapas. En la primera, trataremos de incorporar los CPSC –una realidad ya existente en la Congregación– en el contexto de nuestra misión, a partir del pensamiento del P. Alberione y de algunos Capítulos generales. Después, tomando al apóstol Pablo como referente en el seguimiento de Jesús, concretaremos los aspectos que han de caracterizar a estos Centros en su modo de ser y actuar en la pastoral, identificándolos con los Paulinos y con nuestras obras apostólicas. Nos damos cuenta de que presentaremos sólo algunos aspectos, sin pretender agotar el tema, pero el intento nos será útil para dar uno de los primeros pasos en descubrir la identidad paulina de nuestros Centros de estudios.

I. I Centros Paulinos de Estudios en Comunicación: una realidad apostólica

I.1 La dinamicidad del carisma paulino

En principio tratamos de incorporar los CPSC en el proyecto de la “nueva evangelización”,² que el beato Alberione enrumbo hace más de cien años, con el apostolado de la buena prensa. Bien sabemos que progresivamente nuestro Fundador asumió como parte integrante de la “nueva evangelización” el cine, la fotografía, la radio, la televisión, los discos y todas las tecnologías según iban cobrando relieve en la sociedad.

El P. Alberione supo leer las necesidades de los hombres y mujeres de su tiempo con referencia a la evangelización con los *mass media*, y nos dejó por herencia el carisma recibido de Dios. Nuestras Constituciones precisan que *«el carisma que se nos ha transmitido es un punto de referencia para todas las generaciones paulinas, llamadas a transcribirlo en la propia época. Ello nos*

¹ Línea operativa I.2.2, cfr. *Actas del X Capítulo general*, Casa general, Sociedad de San Pablo, Roma, 2015, p. 66.

² El tema de la “nueva evangelización” lo desarrolló el P. Silvio Sassi en algunos de sus escritos. Entre ellos recuerdo la Carta anual *Evangelizar en la comunicación con la comunicación*, publicada póstuma en noviembre de 2014 (v. http://www.paulus.net/comunica/sanpaolo/2014/SP_2014_11_446_esp.pdf). Son importantes también sus ponencias *El carisma paulino interpreta hoy a san Pablo*, en “Seminario Internacional sobre san Pablo”, Ariccia 18–19 abril 2009, pp. 455 ss.; y *Sospinti dallo spirito ad attualizzare il carisma paolino*, in “L’attualizzazione del carisma paolino nel terzo millennio: spiritualità e missione”, Ariccia 18 junio–3 julio 2008, pp. 5 ss.

construye a descubrir e interpretar los “signos de los tiempos” y a un gran dinamismo, en consonancia con el lema paulino adoptado por nuestro Fundador: “Me lanzo a lo que está delante”. Junto a una decidida voluntad de servicio a los hombres, cuya salvación se realiza por la fe en Cristo, nuestra actitud apostólica entraña: la valoración de las realidades terrenas; la apertura hacia el mundo; un empeño pastoral siempre renovado; un continuo empuje misionero. Identificándonos con el corazón universal de san Pablo y siguiendo las huellas de nuestro Fundador, nos consideramos deudores de la predicación del evangelio a todos los hombres».³

Efectivamente la actualidad de la evangelización, en el ámbito de nuestro carisma específico, está conectada estrechamente con la actualidad de la comunicación, de la sociedad y de la cultura. Con el desarrollo de la comunicación digital y de la red, la cultura de la comunicación se ha ampliado enormemente. Considerando esta realidad, «para concienciarnos de nuestro ámbito de misión, los Paulinos debemos conocer, en toda su complejidad, la comunicación actual. Para estar en sincronía con el fenómeno de la comunicación, que –desde la invención del lenguaje y de la escritura hasta el lenguaje digital– ha cambiado sucesivamente su identidad, pasando de cada una de las técnicas a ser cultura articulada hasta constituirse en un libre proyecto individual y social, los Paulinos tienen que adquirir una competencia teórica y práctica».⁴

La necesidad de un conocimiento teórico y práctico de la comunicación está presente en varios documentos de la Congregación, entre ellos la *Ratio Formationis* y las “Actas del Seminario Internacional sobre la Formación Paulina”.⁵ Una de las proposiciones del Seminario, celebrado en el “lejano” 1994, subraya: «La comunicación ya no puede ser considerada hoy un conjunto de medios, sino una cultura. El Paulino debe concienciarse de este fenómeno global y adecuar al mismo todas las iniciativas apostólicas y las etapas de la formación».⁶

No es el caso de hacer aquí un resumen completo de lo acontecido a lo largo de estos últimos decenios en la Congregación, respecto a dicha afirmación, pero no cabe negar el desarrollo habido, hasta hoy, tocante específicamente al área de la formación en la comunicación, de algunas iniciativas gracias al esfuerzo concreto de diversas Circunscripciones nuestras. Podemos decir que actualmente la misión docente de la Congregación no se restringe al ámbito editorial –campo en el que de todos modos tenemos más amplia experiencia–, sino que concierne también al área de la formación en la comunicación, tanto para nuestros jóvenes como para los laicos en general.

Se trata de un aporte de la Congregación a la Iglesia, pues ésta necesita no sólo usar los instrumentos de comunicación al servicio de la evangelización, sino también preparar profesionales –capaces de integrar en su vida los valores cristianos– y de educar a la gente para un uso correcto de los medios. Con fidelidad creativa al Fundador, tratamos de responder a estas necesidades. Es por ello oportuno recordar algunos pasos dados por la Congregación a este respecto.

1.2 El Capítulo general especial (1969-1971) y el III Capítulo general (1975)

³ *Constituciones*, art. 67.

⁴ Silvio Sassi, *El carisma paulino interpreta hoy a san Pablo*, o. c., p. 463.

⁵ Cfr. “Formación Paulina para la misión. Actas del Seminario Internacional sobre la Formación Paulina”, Sociedad de San Pablo, Ariccia 12–23 octubre 1994.

⁶ “Formación Paulina para la misión”, o. c., p. 161.

Actualmente hay en nuestra Congregación cuatro CPSC. Los citamos por orden de fundación: *Saint Paul Seminary* – SPS (Filipine), 1992; *Instituto de Comunicación y Filosofía* – COMFIL (México), 1993; *Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação* - FAPCOM (Brasil), 2005; *St. Pauls Institute of Communications Educations* – SPICE (India), 2011.

Lo que hoy es una realidad, hace unos cien años era ya una “posibilidad”. Efectivamente, en 1922, al solicitar la aprobación diocesana de nuestra Congregación, el P. Alberione escribía al abad Mauro Serafini, Secretario de la Congregación de los Religiosos, intentando explicar la finalidad de la Pía Sociedad de San Pablo.⁷ Tras haber afirmado que «se trataba de hacer con la palabra escrita lo que los predicadores hacen con la palabra hablada», aclaraba que entre los objetivos de la institución, además del de realizar el trabajo tipográfico –con la única mira de la mayor gloria de Dios– y de difundir la buena prensa, estaba también el de «*formar colegios para periodistas y escritores, sacerdotes y laicos, con estudios específicos, con profunda cultura teológica y con las virtudes de quien escribe para difundir la cultura cristiana [...]*».⁸

Come sabemos, por diversos motivos en los decenios sucesivos este proyecto concerniente al ámbito académico no se concretó. El tema reaparece en el Capítulo general especial (1969-1971), que tuvo el cometido de actualizar la Congregación según el espíritu del Concilio Vaticano II. En tal circunstancia la Congregación era consciente de la necesidad de preparar a sus miembros para los desafíos de la pastoral de la comunicación, pero al mismo tiempo, gracias también a la reflexión del Concilio, reconocía la necesidad de asegurar a la comunicación social un rol constructivo y salvífico del mundo, posible por el aporte de profesionales, a partir de los principios cristianos en el campo de la comunicación.⁹

Ciertamente estaba presente en el Capítulo especial cuanto afirmaba el Decreto *Inter Mirifica*, que invitaba a preparar a los laicos en la técnica, en la cultura y en la vida moral, multiplicando escuelas, facultades e institutos, donde los periodistas y los guionistas cinematográficos, radiofónicos y televisivos y otros interesados pudieran adquirir una formación íntegra, imbuida de espíritu cristiano, sobre todo en lo que se refiere a la doctrina social de la Iglesia.¹⁰

De hecho, en el documento final del Capítulo especial, más en concreto cuando se trata de los «destinatarios, extensión y situación de nuestra misión específica», se hace referencia al compromiso de la Congregación en la formación de los promotores de la comunicación social, para la Iglesia y para la sociedad civil. El Capítulo indica al menos dos medios para ofrecer un aporte paulino en el campo formativo: la promoción de institutos de especialización (sea para la investigación en el campo de la teología, filosofía, psicología, sociología y de la comunicación social, sea para cada una de sus formas: periodismo, cine, radio, TV, etc.); y la organización de cursos de iniciación, conferencias, convenios, congresos, concursos, exposiciones, club, forum, simposios, seminarios, etc., para sacerdotes, religiosos y religiosas y también para

⁷ «El P. Alberione precisaba al abad Serafini la finalidad de la SSP. La carta no lleva fecha, pero debe ser poco posterior al 16.11.1922, pues el P. Alberione se refiere en ella a la instancia presentada por Mons. Re a la S. C. de los Religiosos precisamente aquel día», *La Formazione della Pia Società San Paolo (1914–1927). Appunti e documenti per una storia*, Roma, 1982, p. 591.

⁸ *Ibidem*. No es ahora el caso de entretenerse en interpretar por qué el Fundador se haya referido a la actividad académica en esta fase inicial de la historia de la Sociedad de San Pablo. Aun no siendo esta actividad, en aquel momento, una prioridad, sabemos que la idea volvió a hacerse presente a lo largo del desarrollo de la historia institucional y de la comprensión del carisma, pasando a ser por tanto parte integrante de la misión paulina.

⁹ Cfr. Capítulo general especial (1969–1971), *Documentos Capitulares*, Casa general, Sociedad de San Pablo, Roma, 1982, n. 128.

¹⁰ Cfr. *Inter Mirifica*, n. 15.

laicos, con el objetivo de sensibilizarles y prepararles en el uso eficaz y responsable, como también en la promoción y animación de los medios de comunicación social.¹¹

Algunos años después, reconociendo la carencia de toda la Congregación en la formación apostólica específica, el III Capítulo general (1975) resaltaré la necesidad de crear en Roma el SPICS (Estudio Paulino Internacional de la Comunicación Social). En las opciones programáticas confiadas por este Capítulo al SPICS aparecían dos finalidades principales: «1) dar una formación básica sobre las ciencias de la comunicación social: no una formación para técnicos-operadores y profesionales en los varios *mass media*, sino una competencia científico-práctica sobre los problemas de los instrumentos de la comunicación social; 2) constituir un grupo de asesoría especializada que nos haga suficientemente autónomos en la orientación y control de los estudios, en la organización apostólica, la formación, el gobierno, para una ayuda en la selección y el análisis de los propios contenidos de la “evangelización instrumental”».¹²

En cuanto a la creación del SPICS y su estructura, el Capítulo afirmaba que podía comenzar con el año académico 1976-1977, valiéndose prevalentemente de profesores externos, mirando a que lo antes posible su plantilla estuviera formada en su mayoría por Paulinos. El SPICS funcionó de 1980 a 1998 y ofreció preparación en la pastoral de la comunicación a muchos Paulinos, sacerdotes, religiosos y laicos.

1.3 Los Capítulos generales de 2010 y de 2015

Otras dos etapas importantes con referencia a los CPSC son los dos últimos Capítulos generales. En el IX Capítulo general (2010), la prioridad 1.3, concerniente al apostolado, pedía «reforzar la “opción pedagógica” siendo formadores en el campo de la comunicación, a servicio de la Iglesia»,¹³ y presentaba tres líneas operativas encomendadas a la responsabilidad del Gobierno general: «1.3.1 El Gobierno general coordine y armonice las especializaciones en campo formativo y apostólico para responder a las necesidades comunes de la Congregación y de cada una de las Circunscripciones; 1.3.2 El Gobierno general sostenga con bolsas de estudio a las personas que los Gobiernos de Circunscripción orientan a una especialización en la comunicación; 1.3.3 el Gobierno general, desde su primer año de actividad, desarrolle las potencialidades y el intercambio en los Centros de formación especializada en comunicación operativos ya en la Congregación (COMFIL, FAPCOM, SPSF, etc.)».¹⁴

Merece relevar la sección 3, fruto asimismo del IX Capítulo, tocante a la “Animación vocacional y Formación”, cuando, en la prioridad 3.2 hablaba de «elevar el nivel cultural general de la Congregación y “crear pensamiento”».¹⁵ Aunque en esta prioridad no se hace referencia o no se dan líneas operativas referidas propiamente a los Centros de estudios, no cabe olvidar que un Centro de estudios es precisamente el lugar privilegiado para “crear pensamiento”, como veremos más adelante.

¹¹ Cfr. Capítulo general especial (1969– 971), o. c., n. 128.

¹² III Capítulo general, *Opciones programáticas confiadas por el Capítulo general de 1975 al Gobierno general*, Casa general, Sociedad de San Pablo, Roma, 1975, p. 15.

¹³ IX Capítulo general, *Actas y Documentos. Ariccia 25 de abril–15 de mayo de 2010*, Casa general, Sociedad de San Pablo, Roma, 2010, p. 63.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ IX Capítulo general, o. c., p. 65.

El último Capítulo general, el X de nuestra historia institucional, celebrado en febrero de 2015, planteó como reto, en el área apostólica, la prioridad 1.2 de «reforzar nuestro compromiso apostólico de ser formadores en el campo de la comunicación y en el campo bíblico»,¹⁶ mediante dos líneas operativas referentes a los Centros de formación en comunicación, una encargada al Gobierno general y la otra a los Gobiernos circunscripcionales: «1.2.1 El Gobierno general, trámite el Comité Técnico Internacional para el Apostolado (CTIA) y el Secretariado Internacional para la Pastoral vocacional y la Formación (SIF), establezca las líneas-guía de identidad pedagógica que sean el punto de referencia de los Centros de estudio promovidos por las varias Circunscripciones, y promueva la mutua colaboración de los mismos; 1.2.2 Los Gobiernos circunscripcionales promuevan el desarrollo de un propio Centro o Facultad en el campo de la evangelización y de la comunicación o, como alternativa, colaboren establemente con apropiados Institutos de formación».¹⁷

Esta exposición retrospectiva es útil para dejar en claro cómo la Congregación, especialmente a raíz del concilio Vaticano II, ha tomado en serio su misión respecto a la formación en comunicación, tanto de los Paulinos como de los religiosos y laicos que actúan con los medios de comunicación. Ello equivale a ampliar la visión apostólica, potenciando nuestra misión docente, como quiso el Fundador.¹⁸ Nuestra misión consiste en anunciar al Jesús integral a todo el hombre, con todos los medios de comunicación, no hablando sólo de religión, sino hablando de todo cristianamente.¹⁹ Es cuanto debemos intentar hacer con nuestros CPSC.

2. El “color paulino” de los Centros Paulinos de Estudios en Comunicación

2.1 La identidad “católica”

Antes de considerar algunos aspectos que deben caracterizar de “color paulino” nuestros Centros de estudio, vamos a aludir brevemente a la identidad católica de dichos Centros. Los CPSC deben tener una clara identidad “católica”, considerando que «el corazón de la educación católica es siempre la persona de Jesucristo. Todo lo que sucede en la escuela católica y en la universidad católica debería conducir al encuentro del Cristo vivo».²⁰ En tal sentido, nuestros Centros de formación deben tener por principio el Evangelio, que es precisamente Jesús.²¹

¿Qué es una institución educativa católica? Ante esta importante pregunta la Congregación para la Educación Católica afirma que «escuela y universidad son lugares de educación a la vida, al desarrollo cultural, a la formación profesional, al compromiso por el bien común; representan una ocasión y una oportunidad para comprender el presente y para imaginar el futuro de la sociedad y de la humanidad. Raíz de la propuesta formativa es el patrimonio espiritual cristiano, en constante diálogo con el patrimonio cultural y las conquistas de la ciencia. Escuelas y universidades católicas son comunidades educativas donde la experiencia de aprendizaje se nutre de la integración de investigación, pensamiento y vida».²²

Además, la propia Congregación de la Santa Sede aclara la finalidad de una institución superior católica: «Se propone formar hombres y mujeres capaces de pensamiento crítico, dotados de

¹⁶ X Capítulo general, o. c., p. 66.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Cfr. Santiago Alberione, *Spiritualità paolina*, Pia Società Figlie di San Paolo, Roma, 1962, p. 314.

¹⁹ Santiago Alberione, *Abundantes divitiae gratiae suae*, San Pablo, Roma, 1998, n. 87.

²⁰ Congregación para la Educación Católica, *Educación hoy y mañana. Una pasión que se renueva. Instrumentum Laboris*, 7 de abril de 2014.

²¹ Cfr. *Evangelii Gaudium*, n. 11.

²² Congregación para la Educación Católica, o. c.

elevada profesionalidad, pero también de una humanidad rica y orientada a poner la propia competencia al servicio del bien común. “Si es necesario, la Universidad Católica deberá tener la valentía de expresar verdades incómodas, verdades que no halagan a la opinión pública, pero que son también necesarias para salvaguardar el bien auténtico de la sociedad».²³

A raíz de estas consideraciones, notamos que el ámbito de la educación a desarrollar en nuestros Centros de estudios atañe a las ciencias de la comunicación y a otras enlazadas con ellas, de modo especial la filosofía. Queremos, como Iglesia y a partir de nuestro carisma, «proporcionar una verdadera ayuda, indicando los criterios éticos y morales aplicables a este campo, criterios que se encontrarán en los valores a la vez humanos y cristianos»²⁴ y, además de las disciplinas prácticas, «proponer una formación a los profesionales de las comunicaciones sociales y al público para que miren los medios de comunicación social con un «sentido crítico animado por la pasión por verdad»; juzga también que es deber suyo realizar «una labor de defensa de la libertad, del respeto de la dignidad personal, de la elevación de la auténtica cultura de los pueblos, mediante el rechazo firme y valiente de toda forma de monopolio y manipulación».²⁵

2.2 San Pablo: inspirador y maestro

Una reflexión sobre la identidad de los CPSC requiere considerar el patrimonio carismático de nuestro Fundador dentro del cual, junto a la figura central de Jesús Maestro, Camino, Verdad y Vida, están también María Reina de los Apóstoles y el apóstol Pablo, que constituyen los puntos de referencia característicos de nuestra Congregación. En efecto, «Jesucristo es el perfecto original; Pablo para nosotros se ha hecho forma, de modo que en él nos forjamos para vivir según Jesucristo. San Pablo-forma no lo es para una reproducción física, sino para poseer al máximo su personalidad: mente, piedad, corazón, virtud, celo... Es decir, vivir, pensar, obrar, celar como pensó él, como obró él, como procuró él con celo la salud de las almas, como rezó él. Ser de veras paulinos, ¡Paulinos!».²⁶

Para nosotros los Paulinos, y para toda la Familia Paulina, el apóstol Pablo es el prototipo del seguidor de Cristo. La Familia Paulina, compuesta por muchos miembros, está llamada a ser san Pablo vivo hoy,²⁷ en un cuerpo social.²⁸ Él es el padre, protector y el verdadero fundador.²⁹ Como reafirmó el P. Alberione, «los hijos deben asemejarse al padre».³⁰ Ello exige evaluar hasta qué punto están presentes en nosotros y en nuestro apostolado los signos de identidad “paulina”.

Afirmar que nuestros Centros de estudios en comunicación deben tener una identidad paulina nos lleva a asumir los aspectos que caracterizaron al apóstol Pablo: su modo de “ser apóstol” y de actuar para la evangelización, su modo de trabajar en “sinergia” con sus colaboradores, su estrategia pastoral a partir de las grandes ciudades, los medios y lenguajes utilizados para llegar a todos, etc.

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Aetatis Novae*, n. 12.

²⁵ *Aetatis Novae*, n. 13.

²⁶ Santiago Alberione, *Santificazione della mente*, Pia Società Figlie di San Paolo, Roma, 1956, pp. 56-58.

²⁷ Santiago Alberione, *CISP* (preparado por Rosario Esposito), Ediciones Paulinas, 1971, p. 147.

²⁸ *CISP*, o. cit., p. 1152.

²⁹ *CISP*, o. cit., p. 147.

³⁰ Santiago Alberione, *Alle Figlie di San Paolo 1929-1933. Vol. II*, Casa Generalizia Figlie di San Paolo, Roma, 2005, p. 167.

2.2.1 Humanizar para cristianizar

El apóstol Pablo tenía un mensaje claro que comunicar a los hombres y mujeres de su tiempo, un mensaje que brotaba del Evangelio y de la propia experiencia de fe. Gracias al encuentro con Jesús en el camino de Damasco, Pablo descubrió un nuevo estilo de vida. De judío tradicionalista pasó a ser un judío “en Cristo”.³¹ De fariseo se convirtió en el Apóstol de los gentiles. Su programa de vida es: «*Todo lo hago por el Evangelio*» (1 Cor 9,23). En sus cartas emergen su experiencia y su conocimiento de Cristo; a la vez vemos cómo Pablo desarrolla progresivamente un “contenido” y una sensibilidad pastoral, gracias a la cual trata de dar respuestas “cristianas” a los problemas concretos de las diversas personas y comunidades.

El contenido del mensaje de Pablo, además de los aspectos propiamente cristológicos y soteriológicos, está lleno de exhortaciones profundamente humanas, dirigidas sobre todo a las relaciones entre las personas, fundamentales para un eficaz testimonio de la fe cristiana. Por eso insiste en la práctica del amor y de la misericordia, cualidades que engendran relaciones fraternas. Encontramos asimismo ejemplos concretos de ayuda material a las personas: tal es el caso de la colecta para los necesitados de Jerusalén. Sus exhortaciones a los cristianos para ayudar a esta iglesia indigente (cfr. 2Cor 8-9) es una efectiva obra de caridad. Pablo nos hace ver que ser “cristiano” implica compartir, gesto de veras “humano”, en el hondo sentido de esta palabra.

En la misma perspectiva se situó el concilio Vaticano II, al afirmar: «*El gozo y la esperanza, la tristeza y la angustia de los hombres de nuestro tiempo, sobre todo de los pobres y de todos los afligidos, son también gozo y esperanza, tristeza y angustia de los discípulos de Cristo y no hay nada verdaderamente humano que no tenga resonancia en su corazón*». ³²

Al definir las características de nuestras escuelas, hemos de tener presente la actual fortísima crisis de humanidad, que influye en las relaciones interpersonales, en la política, en la economía, en el respeto a la naturaleza, en la religión, en la comunicación. Generalmente hoy notamos en los estudios en comunicación un énfasis sobre la dimensión técnica, sobre qué se debe hacer, pero esto no basta. Debemos poner en práctica nuestra opción congregacional: «*Asumimos como opción preferencial la defensa y la promoción de la dignidad humana en todas sus dimensiones, de la justicia social, de la fraternidad universal, del diálogo interreligioso, del progreso integral de cada pueblo y persona, de la paz y de la auténtica comunicación*». ³³

Todo esto requiere elaborar sólidos contenidos madurados a la luz del Evangelio, como hizo el apóstol Pablo con una visión realista de sus destinatarios que vivían en un mundo global y pluralista. Con el apóstol Pablo creemos que el Evangelio debe ser esperanza para toda la humanidad. También nosotros somos Iglesia y recordamos que «*la Iglesia es promotora del saber humano y de todo progreso civil; la gran bienhechora de los pobres y de los débiles; la inspiradora de un orden económico, social, político, internacional según la caridad, justicia y verdad*». ³⁴

2.2.2 Aspectos culturales

³¹ Cfr. James Dunn, *La teología de Pablo*, en “Seminario Internacional sobre san Pablo”, o. c., p. 227.

³² *Gaudium et Spes*, n. 1.

³³ VIII Capítulo general, *Reflexiones y Documentos del VIII Capítulo general. Ariccia 20 de abril–20 de mayo de 2004*, Casa general, Sociedad de San Pablo, Roma, 2004, p. 235.

³⁴ Santiago Alberione, *Catechismo Sociale*, Edizioni Paoline, Roma, 1985, n. 220.

La cultura, como sabemos, es un término que incluye muchos significados e interpretaciones. En primer término, hagamos una breve referencia a la cultura como conjunto de los conocimientos de una determinada persona, mirando así desde esta angulación al apóstol Pablo, conscientes de que su cultura personal no se cerraba en sí misma, sino que estaba puesta a servicio de la evangelización.

Pablo logró poner al servicio del Evangelio el cúmulo de culturas contradistintas (greco-helenista, judía y romana), consiguiendo compartir con sus interlocutores no sólo la lengua, sino también las mismas categorías de pensamiento, recorriendo en sus viajes misioneros, mediante el uso del sistema vial y administrativo vigente entonces, decenas de miles de kilómetros por tierra y por mar. En fin, con terminología moderna podríamos hablar de un hombre plenamente globalizado,³⁵ que halla en su ministerio a servicio del anuncio del Resucitado, de quien había tenido experiencia, el punto de unidad entre todas las diversas almas que alentaban en él.³⁶

La cultura personal de Pablo fue una auténtica ayuda para entrar en los diversos ambientes culturales —segundo significado de cultura!— de su tiempo y así desarrollar de mejor modo su trabajo en las grandes ciudades como Atenas, Corinto, Éfeso y Roma, verdaderas bases de irradiación del Evangelio. Sensible y abierto a las culturas y a la mentalidad de sus contemporáneos, se esforzó por hablar el lenguaje más comprensible posible.

Refiriéndose al esfuerzo de inculturación de Pablo y parangonando el ambiente cultural de su tiempo con la cultura de la comunicación actual, Juan Paolo II apuntó esta interesante observación: *«Pablo, después de haber predicado en numerosos lugares, una vez llegado a Atenas se dirige al areópago donde anuncia el Evangelio usando un lenguaje adecuado y comprensible en aquel ambiente (cfr. He 17, 22-31). El areópago representaba entonces el centro de la cultura del docto pueblo ateniense, y hoy puede ser tomado como símbolo de los nuevos ambientes donde debe proclamarse el Evangelio. El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola —como suele decirse— en una "aldea global". Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales».*³⁷

Estas afirmaciones nos llevan a considerar que el uso de las ciencias de la comunicación por parte de la Iglesia no puede ser instrumental sino "cultural". La cuestión que se plantea la Iglesia no es tanto la de encontrar o crear *mass media* cristianos, sino la de dar vida a una cultura cristiana en el mundo y en el lenguaje de los *media*, cultura entendida como conjunto de relaciones, lenguajes, leyes y concepciones de acuerdo con la antropología cristiana.

Por tanto, se necesitan personas preparadas para afrontar esta realidad. Considerando de modo específico la preparación del Paulino, se expresó así nuestro Fundador: *«El Paulino necesita una cultura clásica y filosófica para poder presentarse convenientemente a los lectores, oyentes,*

³⁵ Aun siendo un término usado hoy, la globalización ya existía en el mundo de Pablo que abarcaba todos los territorios del dominio imperial de Roma. «Todo imperio es, a su modo, una globalización. Lo fue el romano, caracterizado con aquella unificación política, que dejaba vivir las diversidades étnicas, culturales, religiosas. Era un mundo que invertía mucho en las comunicaciones, sobre todo en las carreteras, utilizadas por Pablo para la misión. Era el mundo plural de las grandes ciudades». Andrea Riccardi, *Pablo y el hombre contemporáneo*, en "Seminario Internacional sobre san Pablo", o. c., p. 279.

³⁶ Cfr. Francesco Bianchini, *Pablo. ¿Quién era éste? A la búsqueda de la identidad del Apóstol*, en "Seminario Internacional sobre san Pablo", o. c., p. 34.

³⁷ *Redemptoris Missio*, n. 37 c).

espectadores [...]. ¡Mirad a san Pablo! Su cultura era vastísima; conocía la lengua hebrea, la griega, la latina». ³⁸ Nuestros Centros de estudios deben considerar la cultura en el sentido global del término y preparar a Paulinos y a laicos que “introduzcan” en las personas y en la cultura de la comunicación actual los valores antropológicos y éticos que son necesarios para construir una sociedad solidaria y fraterna. ³⁹

2.2.3 Una mentalidad nueva en la sociedad de hoy

Abrazar la cultura no significa absorber cuanto ella trae consigo. San Pablo se prodigó en comunicar algo radicalmente nuevo en su tiempo: lo que nacía de su experiencia interior sobre Cristo. También nosotros estamos llamados a hacer lo mismo con nuestro estilo de vida y con los contenidos que difundimos mediante nuestro apostolado, teniendo presente lo que inculca el Apóstol: «No os amoldéis a este mundo, sino transformaos por la renovación de la mente, para que sepáis discernir cuál es la voluntad de Dios, qué es lo bueno, lo que le agrada, lo perfecto» (Rom 12,2).

La intención de nuestro Fundador, considerando los medios de comunicación, era llevar el Evangelio a todos, hablando cristianamente y respetando todas las ciencias: «Empapar de Evangelio todo el pensamiento y el saber humano. No hablar sólo de religión, sino de todo hablar cristianamente; algo parecido a lo que se hace en una universidad católica, que –si es completa– debe incluir teología, filosofía, letras, medicina, economía política, ciencias naturales, etc.». ⁴⁰

El objetivo de interpretarlo todo a partir del horizonte de los valores cristianos equivale a dar el propio aporte para crear una mentalidad nueva en la sociedad: «Vuestro apostolado», exhortaba el P. Alberione, «no mira sólo al progreso de las almas una por una: mira a formar una mentalidad nueva en la sociedad; lo cual significa imprimir una huella, una dirección nueva. A menudo se cae en el error de querer ver sólo el fruto de una alma particular; el fruto mayor, empero, es la mentalidad que va difundándose en medio de la sociedad: mentalidad cristiana, temor de Dios y todo cuanto asegura la vida espiritual en las almas y la vida cristiana en la sociedad». ⁴¹

Seguramente esto vale también para el apostolado desarrollado en los Centros de estudios. Un Centro de estudios es un lugar privilegiado para crear pensamiento y es punto de arranque para engendrar y difundir una “mentalidad nueva”. Es donde, en el caso específico de la comunicación, se preparan los profesionales y los intelectuales, que trabajando en los diversos medios de comunicación tendrán la fuerza de crear opinión. En este contexto, es necesario formarles, considerando que mediante ellos se pesca con la red: «La Sociedad de San Pablo se preguntará a menudo: “¿A qué has venido?”. Ella lleve siempre a los intelectuales en el corazón; el Evangelio es cosa divina y en el fondo se ajusta a todas las inteligencias; es capaz de responder a todos los interrogantes de los hombres de todos los tiempos. Si se conquista a los intelectuales, se pesca con la red y no sólo con el anzuelo». ⁴²

2.2.4 La universalidad

³⁸ Santiago Alberione, *Finalità dei nostri studi*, in “I nostri studi nella parola del Primo Maestro”, Pia Società Figlie di San Paolo, Roma, 1961, p. 24.

³⁹ Cfr. Congregación para la Educación Católica, o. c.

⁴⁰ Santiago Alberione, *Abundantes divitiae gratiae suae*, San Pablo, Roma, 1998, n. 87.

⁴¹ Santiago Alberione, *Vademecum* (preparado por Angelo Colacrai), Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo, 1992, n. 1337.

⁴² Santiago Alberione, *Abundantes divitiae gratiae suae*, o. c., n. 197.

Otra característica importante del apóstol Pablo es la universalidad, que nace de su gran corazón y de su modo amplio de ver. «A este propósito debemos notar que en los estudios recientes, de marcada índole filosófica, ha ido subrayándose el universalismo del Apóstol, frente a todo particularismo de tipo étnico-helenista, haciendo derivar este elemento de su cultura greco-helenística. [...] Él no sólo afirmó cómo “en Cristo” no son ya dirimentes las diferencias étnicas, sexuales, sociales (Gál 3,28) y cómo el Evangelio se ofrece, sin distinción alguna, para la salvación de cada uno de los hombres, con la única condición de creer en Cristo (Rom 1,16-17), sino que efectivamente vivió su misión con un aliento y un radio de acción universales».⁴³

El Apóstol, a partir del conocimiento de Cristo, supo dialogar con las distintas culturas y visiones del mundo, del hombre y de Dios. No obstante las dificultades, se dio del todo a «eliminar la distancia que separaba a los Gentiles de los Judíos –aun considerándolos siempre el pueblo de la alianza con Dios–, con el fin de incluir también a los “otros”, los “diversos”, “los lejanos”».⁴⁴ De hecho, «para Pablo, si el Evangelio no hubiera tenido un efecto a nivel social, es decir un derribo del antagonismo y de la desarmonía racial y nacional, no habría sido Evangelio. Si el Evangelio no hubiera reunido razas, naciones y clases diversas en un único culto, alrededor de una sola mesa, entonces no hubiera sido Evangelio».⁴⁵ Es impresionante la capacidad de Pablo en desvincular a Cristo de su misma cultura y ambiente judío (dentro del cual tendían a encerrarlo algunos grupos de judeo-cristianos), para hacer de Él y de su Evangelio fermento de vida nueva y de salvación para los pueblos de toda tierra y cultura.

Ser “Paulino” es tener una mente y un corazón abiertos, caracterizados por la universalidad. Vale la pena recordar estas palabras del P. Alberione: «¡Universalidad! No tener una cabeza mezquina, pequeña, y ver sólo por el ojo de la cerradura. Hay que sentir y procurar ayudarse también entre casa y casa. Cuando se da una cabeza pequeña y mezquina cabe dudar si hay vocación, pues se vive de egoísmo, no se ve más que a nosotros mismos y un reducido círculo de personas alrededor... ¡Gran corazón! ¡Corazón del Apóstol, corazón de Jesús! ¡Dilatar el corazón!».⁴⁶

El punto de partida de la “universalidad” es el Evangelio, porque el mismo nos abre a una visión nueva del mundo, de las relaciones humanas, de la convivencia social. Hay que asumir con fe y esperanza que «cada vez que intentamos volver a la fuente y recuperar la frescura original del Evangelio, brotan nuevos caminos, métodos creativos, otras formas de expresión, signos más elocuentes, palabras cargadas de renovado significado para el mundo actual. En realidad, toda auténtica acción evangelizadora es siempre “nueva”».⁴⁷

Los CPSC deben ser también lugar de “encuentro” donde, a la luz del Evangelio, se busca crear “puentes” con quienes no piensan como nosotros, espacios que nos ayuden a abrirnos al diálogo ecuménico, al diálogo interreligioso y nos faciliten acercarnos a los no creyentes, pero sin olvidar que «la verdadera apertura implica mantenerse firme en las propias convicciones más hondas, con una identidad clara y gozosa, pero abiertos “a comprender las de otro” y “sabiendo que el diálogo realmente puede enriquecer a cada uno”».⁴⁸

⁴³ Francesco Bianchini, o. c., p. 30.

⁴⁴ Romano Penna, *El Evangelio paulino entre tradición judía y apertura a los gentiles*, en “Seminario Internacional sobre san Pablo”, o. c., p. 162.

⁴⁵ James Dunn, o. c., pp. 243-244.

⁴⁶ Santiago Alberione, *Spiegazione delle Costituzioni*, Pia Società Figlie di San Paolo, Roma, 1962, p. 83.

⁴⁷ *Evangelii Gaudium*, n. 11.

⁴⁸ *Evangelii Gaudium*, n. 251.

2.4 La organización: como un “cuerpo”

El aspecto organizativo es el último punto que quiero subrayar en esta ponencia sobre la identidad de los CPSC, relevando al menos dos sectores estrechamente correlatos: el académico y el apostólico-administrativo. Respecto a la esfera académica, además de los contenidos inherentes a nuestras orientaciones institucionales, es necesario conocer las normativas emanadas por el Ministerio de Educación de la propia nación y proceder de acuerdo con ellas, con sus reglas y exigencias, respetando las disciplinas, el perfil académico de los profesores y los requisitos requeridos para expedir certificados y diplomas.

En cuanto al ámbito apostólico-administrativo, hay que relevar la necesidad de incorporar esta actividad apostólica en el organigrama y en el proyecto apostólico circunscriptivo. Esto significa que los Centros de estudios no pueden desarrollarse al margen de las obras apostólicas. Deben estar integrados en el conjunto de todas las actividades.

Los CPSC tienen que estar integrados en el gran cuerpo que involucra toda la organización, sea en cuanto al aspecto propiamente administrativo como en el económico, de modo que se responda a la exhortación de nuestro Fundador: *«Esté unido el apostolado, para toda la Congregación. Centro único: todo allí, firmemente, sin dejarse guiar por pequeños intereses o puntos de vista particulares: todo esto debe desaparecer en el bien común, universal. Hay un bien universal que conseguir, y ha de anteponerse a cualquier bien privado: esto es obligación, no consejo; es una obligación religiosa»*.⁴⁹

Un Centro de estudios en comunicación tiene por vocación ser un verdadero polo de desarrollo de la creatividad, un espacio privilegiado para conocer, profundizar y buscar nuevas iniciativas (también apostólicas). A este respecto es encomiable que todas las iniciativas apostólicas se integren, de algún modo, con estos Centros: la editorial, la producción gráfica, la difusión, el mercadeo (*márketing*), los diversos eventos institucionales, etc. Además de esto, es digna de aprecio la posibilidad de que las demás realidades apostólicas puedan utilizar las estructuras de los mismos Centros, por ej., el auditorio, los laboratorios de informática, TV, radio y fotografía, etc.

Sentirse un solo cuerpo tiene como consecuencia el respetar la lógica de la organización, favoreciendo los mecanismos que dan unidad al cuerpo y lo hacen vivo y dinámico. Hay necesidad de crear un eficiente flujo de comunicación y de facilitar un verdadero trabajo de equipo. En este modo de proceder es punto de referencia para nosotros, una vez más, el apóstol Pablo, que trabajaba en red con sus colaboradores, coordinaba y motivaba a cuantos estaban con él en la misión. Nos auguramos trabajar siempre más en red, dentro de cada Centro de estudios, y la promoción de intercambios entre los Centros de las diversas Circunscriptivas.

Conclusión

Seguramente hay muchos otros aspectos concernientes a las características de nuestros CPSC. Emergerán sin duda durante las discusiones de estos días. Los aspectos a los que me he referido quieren ser sólo un punto de partida y, al mismo tiempo, una ayuda para darnos cuenta de que nuestros Centros de formación deben tener características específicas que los distinguen de otros centros similares.

⁴⁹ Santiago Alberione, *Esercizi alle Maestre*, Pia Società Figlie di San Paolo, Roma-Alba, 1942, pp. 116-117.

Es de apreciar el hecho de que ya operan en nuestra Congregación cuatro Centros de estudios, representando auténticas nuevas perspectivas apostólicas. Hemos de prestar atención a las personas, ya adscritas y operantes en cada uno de ellos –son por lo general jóvenes–: también ellas forman parte de nuestra “gran parroquia”. En este sentido, debe darse en nuestros CPSC una verdadera pastoral universitaria de “color paulino”.

Con el apostolado desempeñado en los Centros entramos en el campo específico de la formación a la comunicación, no sólo de los Paulinos sino también de numerosos laicos; un apostolado, pues, que nos introduce precisamente en el ámbito educativo. Esta realidad pone de relieve que *«educar no es un oficio, sino una actitud, un modo de ser; para educar es preciso salir de sí mismos y estar entre los jóvenes, acompañarlos en las etapas de su desarrollo poniéndose a su lado»*; y, considerando al educador, cabe afirmar que es quien *«transmite conocimientos, valores con sus palabras, pero será incisivo en los alumnos se acompaña las palabras con su testimonio, con su coherencia de vida. Sin coherencia no es posible educar»*.⁵⁰

Nuestra esperanza es que los CPSC sean verdaderos y auténticos laboratorios para la Iglesia en el campo de la evangelización con la comunicación; y también, como ya hemos apuntado, lugares privilegiados para despertar en los jóvenes una ética y valores inspirados en el Evangelio, con una constante mirada crítica a la realidad y con el compromiso de construir una sociedad justa y solidaria.

Jesús Maestro, por intercesión del apóstol Pablo y del bienaventurado Santiago Alberione, nos ayude en este trabajo destinado a trazar las líneas-guía de la identidad pedagógica de nuestros Centros de estudios en comunicación y de promover una mutua colaboración cada vez más intensa. Juntos podemos afrontar este reto, con fidelidad creativa al carisma del Fundador, para responder a las necesidades apostólicas de hoy, mirando con fe y esperanza al futuro de nuestra misión en la cultura de la comunicación.

São Paulo (Brasil), 15 de febrero de 2017

P. Valdir José De Castro
Superior general

⁵⁰ Papa Francisco, *Discurso a los estudiantes de las escuelas regentadas por los Jesuitas en Italia y Albania*, 7 de junio de 2013.