

Líneas editoriales

Identidad, contenidos e interlocutores del apostolado paulino

Premisa

“Todo lo hago por el Evangelio” (1 Cor 9,23). El lema del X Capítulo general es como un faro que guía la acción apostólica paulina. Inspirados en este amplio horizonte, los Capitulares reiteraron un aspecto esencial de nuestra vocación: “Estamos llamados, en la vida personal, comunitaria y apostólica, a ser evangelizadores como el apóstol Pablo, en la cultura de la comunicación, según el dinamismo vivido por el Beato Santiago Alberione en el seguimiento y el anuncio integrales de Jesús Maestro, Camino, Verdad y Vida. ¹ Del impulso que viene de esta inspiración nace la indicación de «renovar creativamente nuestro empuje misionero a servicio de la Palabra»² y, en esta amplia perspectiva, también la solicitud de actualizar el documento Líneas editoriales, contenidos, destinatarios del apostolado paulino, que se remonta al año 2005, confiando así a los Gobiernos circunscriptoriales la responsabilidad de su aplicación en el propio contexto pastoral³.

Para continuar este proceso de actualización y comenzar una reflexión más profunda sobre los temas cruciales de la misión y de la vida paulina, el Gobierno general, a través del CTIA, convocó el 2º Seminario Internacional de Editores Paulinos (2º SIEP) del 16 al 21 de octubre del 2017. Alrededor de 60 Paulinos de todo el mundo pudieron reflexionar juntos sobre los nuevos contextos y paradigmas de la comunicación, compartiendo sus opiniones y experiencias sobre el impacto de los cambios significativos en el mundo editorial – especialmente con el advenimiento del lenguaje digital –, que naturalmente conducen a una redefinición del perfil y las prioridades del Editor paulino.

1. Identidad del Editor paulino

1.1 De Pablo el Editor paulino aprende que la verdadera espiritualidad apostólica es la que da testimonio de una experiencia de Cristo muerto y resucitado, contenido central y único de la evangelización que, en el anuncio, adquiere gradualmente diferentes formas. De Pablo, el Editor paulino absorbe la capacidad de interceptar las cuestiones concretas del mundo (a nivel eclesial, comunitario, social, etc.) y su esfuerzo por adaptar el lenguaje a cada interlocutor. Recibe, también, la dimensión de la pastoralidad y la universalidad, la profecía, el celo y el compromiso total, la pasión y la capacidad de escuchar, la audacia y la capacidad de construir una red de colaboradores, dinamismo apostólico y el sentido de la responsabilidad. De él, aprende a hacerlo todo por el Evangelio.

¹ Premisa al Documento final del X Capítulo general.

² Prioridad 1.1 del X Capítulo general.

³ Cfr. Línea operativa 1.1.2 del X Capítulo general.

1.2 Todo Paulino, por vocación específica, es “editor”. Este es el “fin único”⁴ – diría Don Alberione – de su vida y su acción, de su vocación y misión. El Paulino es un hombre llamado por Cristo y consagrado para ser apóstol de la comunicación, para ser esencialmente un “editor”, el que da forma a una experiencia, escribe o traduce su vida personal y comunitaria de fe y encuentro con Cristo en palabras, textos, imágenes, sonidos, video, byte o en cualquier otra forma que la técnica día a día desarrolla; pero también en experiencias e iniciativas donde cada lenguaje está al servicio de la inculturación del Evangelio con y en la comunicación. Uno que, sobre el ejemplo de María, da (edit) el Salvador al mundo⁵.

1.3 Sin embargo, a pesar de la gran riqueza de identidad y contenido de que dispone el Editor paulino, a veces faltan el método y las formas más apropiadas para compartir este tesoro de una manera más clara, más precisa, más incisiva y significativa. Falta muchas veces, la audacia de asumir y adentrarse en nuevos campos y contextos – como los del ambiente digital – y la decisión de revisar las estructuras, adaptándolas continuamente a las necesidades reales. También hay falta de capacidad de dar un nuevo impulso a algunas formas tradicionales de la edición – por ejemplo el cine, la radio o la televisión – que siguen aun siendo fundamentales y muy efectivas en muchas realidades.

1.4 A partir del 1°. Seminario Internacional de los Editores Paulinos la Congregación ha realizado un camino muy fructífero hacia la concepción del Editor único multimedial. El desafío ahora es dar un salto cualitativo, con creatividad y nuevos recursos, para no limitarse sólo a estructuras o propuestas superficiales relacionadas a los “productos”. El Editor paulino único multimedial, explorando las nuevas formas de relaciones y las posibilidades de las narrativas crossmediales y transmediales, tiene el reto de asumir plenamente la revolución digital en los tres momentos del apostolado: redacción-creación (contenido), producción-técnica (forma, soportes) y propaganda-difusión (estrategias).

1.5 El punto de partida para este cambio cualitativo es tener un Proyecto apostólico actualizado, claro, concreto y estratégico, fomentando las sinergias y la colaboración entre las diversas iniciativas y áreas apostólicas, con criterios y objetivos comunes. Esto significa integrar a todas las personas, comunidades, actividades e iniciativas en una única vía, conscientes de que el Editor paulino es siempre un ser comunitario, como emerge de nuestra identidad carismática⁶ y como lo subrayan nuestras Constituciones: «Puesto que el fin de nuestro instituto se consigue mediante un apostolado eminentemente comunitario, todos los miembros cultiven la colaboración fraterna y la amistad, ayudándose mutuamente para corresponder a la común vocación»⁷. Todo proyecto o iniciativa personal, «descartando el acaparamiento, la autosuficiencia, el individualismo»⁸, esté en sintonía con las presentes Líneas editoriales y sea integrado en el único Proyecto apostólico circunscriptivo.

⁴ Cfr. Renato Perino, *Actas del Seminario Internacional de los Editores Paulinos*, 1988, pp. 13 e 154; *Constituciones de la SSP (1922)*, art. 2; Santiago Alberione, *UCBS, Año 1923 - n. 2 (27 feb., p. 3), n. 4 (19 abril., p. 3), n. 6 (21 junio., p. 17)*.

⁵ Cfr. *Vademecum*, n. 1051.

⁶ Cfr. Santiago Alberione, *Abundantes divitiae gratiae suae*, n. 23 ss.

⁷ *Constituciones y Directorio*, art. 15. Cfr. también art. 77 ss.

⁸ *Ibidem*, art. 85.

2. Valentía de cambiar

2.1 «El bien común de la Congregación no son los muros o los campos: son las ediciones»⁹, decía Don Alberione. Una de las constataciones surgidas del 2º SIEP es que nuestras estructuras no son adecuadas a las necesidades reales del contexto socio-comunicativo actual. Muchas veces no hemos sido capaces de tomar decisiones consecuentes a la evolución de la comunicación como una arquitectura social y condición habitativa en el mundo de hoy¹⁰. Estamos retrasados, dado que la revolución digital es omnipresente y está cambiando rápidamente la mentalidad y el estilo de vida de nuestros contemporáneos y el mismo modo de hacer todas las cosas.

2.2 Frente a la crisis del modelo industrial de comunicación¹¹, al que estamos acostumbrados y sobre el que hemos construido y basamos toda nuestra estructura apostólica y formativa, todavía tenemos dificultades evidentes para reaccionar y encontrar alternativas. «Hoy no basta el púlpito: son necesarios todos los medios. Realmente en pocos años se ha transformado el mundo y nosotros para caminar con el mundo debemos actualizarnos un poco: el cine, el radio, la prensa, la televisión y todo aquello que sirve para comunicar»¹², decía Don Alberione ya en 1955. Por lo tanto, es importante actualizarnos no solo con respecto a las innovaciones tecnológicas e instrumentales, sino sobre todo con respecto a los conceptos y las nuevas formas del comunicar que determinan la ecología comunicativa y el mundo editorial actual¹³.

2.3 Conscientes de que «nuestra misión no se identifica con el uso de uno u otro medio de comunicación, sino con el hecho mismo de comunicar a todos, de manera rápida y eficaz, el Evangelio de Jesucristo, con el espíritu del Apóstol Pablo»¹⁴, el Editor paulino tiene una gran responsabilidad, porque está llamado a ser él mismo un instrumento de evangelización y a comunicar el Evangelio con todos los medios y en todas las circunstancias, con entusiasmo, creatividad, profesionalismo, dedicación y coherencia.

3. Crear relaciones

3.1 Atento a las “relaciones” como punto clave de la práctica comunicativa y a las redes como lugares de creación colaborativa de significados y contenidos, el Editor paulino debe buscar nuevas formas de presencia y de acción, no tanto ligadas a los medios sino sobre todo a la cultura y a la nueva gramática de la comunicación, estando al servicio de todo el pueblo de Dios, especialmente a los hombres y mujeres que habitan las actuales periferias.

⁹ Santiago Alberione, *Mihi Vivere Christus Est*, n. 225.

¹⁰ Cfr. *Actas del Seminario Internacional de los Editores Paulinos*, Casa generalicia de la Sociedad de San Pablo, Roma, 2018, pp. 35 ss. e pp. 191 ss.

¹¹ Se trata del modelo típico de los “massmedia” y de la industria cultural, fundado sobre la producción a gran escala y sobre un sistema vinculado a los procesos de estandarización y racionalización distributiva para responder a las exigencias de un mercado de masa, definido “industrial” porque asimilado a las formas organizativas de la industria más que a una producción creativa y personalizada.

¹² *Prédicas del Primer Maestro [en los años 1952-1955]*, citados en R. F. Esposito, *La teología de la publicística*. EP Roma 1972², p. 19.

¹³ Cfr. *Actas del 2º Seminario Internacional de los Editores Paulinos*. op. cit., pp. 53 ss. y pp. 163 ss.

¹⁴ Declaración del X Capítulo general “Evangelizar hoy con alegría como apóstoles comunicadores y como consagrados”.

3.2 Repensar la actividad editorial paulina a la luz de las relaciones y en perspectiva ecológico-colaborativa implica naturalmente una capacidad de acercamiento, de diálogo y de escucha. Es importante, en primer lugar, comprender que el diálogo no se reduce a un intercambio de datos o de informaciones y que la relación con el otro no se limita a una conexión. El Editor paulino no puede confundir un mero contacto como un signo de diálogo y de interacción o un simple intercambio de mensajes con una verdadera comunicación. La comunicación es un ejercicio más profundo, que nos hace salir de nuestra zona habitual de comodidad y autorreferencialidad.

3.3 Superar la autorreferencialidad para mirar hacia un horizonte más amplio es imperativo en este momento de cambio de época. Para conocer y acercarse a los interlocutores de nuestra misión, el Editor paulino debe cambiar actitud y mentalidad, haciendo un camino “en salida”, como indican claramente el magisterio actual de la Iglesia y el mismo ejemplo de San Pablo, quien, comunicando el Evangelio, creaba relaciones y comunidades.

3.4 En general, estamos más acostumbrados a “hablar” (lógica del púlpito) a los destinatarios que a “escucharlos” (lógica del ágora). De ahí la importancia de empeñarnos en una conversión de actitud para promover momentos e instrumentos que creen vínculos y fomenten las relaciones, punto de partida para ofrecer contenidos y servicios de calidad. Un lugar privilegiado para escuchar son nuestras librerías, si se configuran como verdaderos centros multimedia de evangelización y de cultura¹⁵, fuentes que irradian la luz del Evangelio, espacios de humanidad, de encuentro y de diálogo, de servicio y de formación. Otros espacios con gran potencial para conocer e interactuar con las personas – y por lo tanto con la posibilidad de ser protagonistas para abrir nuevos caminos de evangelización y formar communities¹⁶– son los centros culturales, los Centros paulinos de estudios en comunicación, los diversos eventos para la difusión de Palabra de Dios y cada una de las comunidades paulinas. Son todas formas actuales de expresar la dimensión relacional y misionera de la actividad editorial paulina, pero siempre en armonía y diálogo con todas las áreas apostólicas.

4. Abiertos a todos los interlocutores

4.1 El X Capítulo general reiteró la necesidad de la apertura a todos, especialmente a los más necesitados, a quienes viven en los diferentes tipos de periferia y frontera, como queda claro también en el pontificado del Papa Francisco, especialmente en la Exhortación Apostólica *Evangelii gaudium*.

4.2 El gran desafío del Editor paulino es identificar en la propia realidad quiénes son los “pobres”, los “lejanos” y los “no creyentes” a quienes debe dirigirse. Reconocer a cual pobreza debe atender, con la conciencia de que hoy, como en otros tiempos de la historia humana, hay tantas carencias y limitaciones de los seres humanos y de la sociedad, tantas personas heridas y en busca de respuestas.

¹⁵ Cfr. Santiago Alberione, *Apostolato dell'Edizione*, n. 403 ss.; Santiago Alberione, *Considerate la vostra vocazione*, p. 133 («Las librerías son tu centro de luz, de amor, de oración»); p. 214 («Nuestras librerías son centros de apostolado; la indicación es el Evangelio con la imagen de San Pablo; no son tiendas, sino servicio a los fieles; no venta, sino apostolado para ofertas; no tienen clientes, sino cooperadores; no por negocios, sino centros de luz y calor en Jesucristo; no están dirigidas a dominar, sino a servir a la Iglesia y a las almas; no para ganar dinero, sino para beneficiar a las almas; los católicos activos y el clero deben encontrar colaboración, luz y dirección para su ministerio; no precios, sino ofertas; la librería refleja todo el Instituto san Paulo: es el punto de contacto entre esto y la gente, es el centro de difusión de todas las iniciativas apostólicas-paulinas. Es la Casa Editorial de Dios. La librería es un templo; el librero, un predicador; los frutos que se buscan son la luz, la santidad, la alegría en Jesucristo y la vida cristiana. El mostrador es el púlpito de la verdad»).

¹⁶ En el *Communities Manifesto (2010)* Stan Garfield así define el concepto de community (comunidad): «Son grupos de personas que, por argumento específico, comparten una especialidad, un rol, una pasión, un interés, una preocupación o una serie de problemas».

4.3 La proliferación de dispositivos tecnológicos, los algoritmos, el rumor de fondo de la comunicación y la “tormenta digital” de datos e informaciones pueden hacernos sordos a la verdad. La velocidad y la cantidad creciente de informaciones atrofian, de hecho, la facultad superior de discernimiento de la sociedad contemporánea. En este sentido, el lema alberoniano “Hacer a todos la caridad de la verdad” es muy actual, siendo una dimensión profética de la actividad editorial paulina la de ofrecer a los habitantes onlife¹⁷ los instrumentos para desarrollar un espíritu crítico y autónomo, ayudándoles a tener una presencia más consciente y constructiva, a discernir para encontrar la verdad en medio de tanta confusión, oscuridad y fake news; ayudándolos a vivir en este ambiente la “santidad”, como se indica en la Exhortación Apostólica Gaudete et exsultate

4.4 Una de las categorías más importantes a tener en cuenta es la de los jóvenes y los niños, los llamados “nativos digitales”. Para esto es fundamental esforzarnos por tomar en serio y significativamente su lenguaje, para ayudar a las nuevas generaciones a realizar un encuentro salvífico con el Señor y descubrir caminos alternativos que conduzcan a una vida plena de significado y valores.

5. Unidad apostólica

5.1 En la comunicación, entendida principalmente como comunión, es imprescindible el trabajo en equipo y el trabajo en red. El Editor paulino no es una persona aislada, sino que forma parte de un cuerpo unitario y cohesivo. Las nuevas dinámicas comunicativas de la sociedad en red exigen un trabajo coordinado, armonioso, horizontal y universal. Este trabajo en team y colaborativo¹⁸ comienza al interno de cada Circunscripción, entre las diversas áreas apostólicas y sus Consejos, signo de unidad y colegialidad del ser editor.

5.2 Entre las exigencias más actuales que deben caracterizar al Editor paulino desde su formación inicial hasta la realización de proyectos apostólicos, está la universalidad¹⁹, la internacionalidad y la multiculturalidad. Desarrollar proyectos e iniciativas internacionales y en red; coordinar, reorganizar y optimizar las estructuras apostólicas; y repensar los grupos lingüísticos-continetales son algunos de los compromisos unánimes asumidos por los participantes en el 2º SIEP y que se pondrán en acto.

5.3 El respeto y valorización de la Marca como símbolo de unidad, universalidad y credibilidad es un paso importante que no debe descuidarse. La Marca única nos ha dado una identidad común y un nombre reconocido. Si nuestras publicaciones se realizan con cuidado y si ofrecemos servicios y proyectos de calidad, al final serán apreciados también en ambientes no católicos. No debemos escondernos en el encontrar los llamados “no creyentes”, sino tratar de ser reconocidos como editores abiertos al diálogo que, a través de los valores humanos subyacentes al Evangelio, sentido crítico y espíritu profético, quieren contribuir al progreso humano y social. Lo fundamental es trabajar en la consolidación y el reconocimiento de la Marca, dándole nuevas expresiones y nuevas formas de

¹⁷ Concepto que define la nueva condición habitativa en el mundo de la comunicación hiperconesa actual, caracterizado por cuatro grandes transformaciones: el ofuscamiento de la distinción entre real (off line) y virtual (on line); la falta de distinción entre hombre, máquina y naturaleza; la sustitución de una condición de escasez de informaciones con una de abundancia; y el paso de los conceptos de “propiedad” y “relaciones binarias” a los de “procesos” y “redes”.

¹⁸ Cfr. Constituciones y Directorio, art. 85 y ss.: «La colaboración en el apostolado».

¹⁹ Cfr. Santiago Alberione, Ut perfectus sit homo Dei, I n. 372 ss.: la misión paulina es universal respecto a las personas, a los medios técnicos, a los tiempos y al contenido.

comunicación. Es imperativo, entonces, cuidar sobre todo los valores editoriales, la identidad y la confiabilidad que nuestra Marca ya representa y garantiza.

5.4 Esta unidad apostólica también debe expresarse en la relación con nuestros colaboradores laicos para fortalecer su presencia profesional y su sentido de pertenencia al carisma paulino, haciéndolos partícipes verdaderamente en la misión evangelizadora de la Congregación, que genera transformación y nueva vida. Igualmente debe verificarse en la integración con la Familia Paulina²⁰, lo que requiere un cambio de mentalidad y de los procesos, a veces más inspirados por un sentido de competencia que de una verdadera y mutua colaboración.

6. Opciones editoriales

6.1 Para cada Paulino debe quedar claro que, ante todo, «ofrecemos a todos el Evangelio, que no es un conjunto de conceptos o de formalidades normativas, sino la Persona misma de Jesucristo, Camino, Verdad y Vida (Jn 14,6), Maestro único (Mt 23,10), Salvador del mundo»²¹. De este contenido central y esencial, surgen todos los demás. La primacía del contenido, por lo tanto, es irrenunciable. Por consecuencia, esto debe ser la prioridad del Editor paulino. Incluso se puede reducir la presencia paulina al interno de la estructura administrativa y comercial, pero nunca se podrá renunciar a la atención de los contenidos y la dirección de las líneas editoriales de identidad paulina.

6.2 Nuestras opciones editoriales, en los diferentes ámbitos y áreas, deben manifestar la dimensión profética de nuestra consagración, ayudando a las personas a leer la realidad y enfrentar los desafíos actuales, ofreciéndoles los criterios para hacer opciones responsables y conscientes. Estas exigen ser “editores en salida”, con sensibilidad social, con propuestas y métodos innovadores, conscientes de la relación profunda entre «evangelización, promoción humana, desarrollo y liberación»²².

6.3. Teniendo en cuenta los trabajos en grupo del 2º SIEP, reafirmamos la relevancia y actualidad de las tres áreas específicas y determinantes de nuestra misión apostólica²³, es decir: Biblia, familia y comunicación.

6.3.1 La Biblia es la prioridad fundamental en un mundo en constante cambio y necesitado de mayor luz. «La Biblia es la vida para el apostolado de las ediciones»²⁴, «es el libro que debemos dar [...] usando todos los medios que el Señor nos ha otorgado»²⁵, decía Don

²⁰ Cfr. Constituciones y Directorio, art. 86 («Las relaciones de la Sociedad de San Pablo con los otros institutos de la Familia Paulina deben caracterizarse por una estrecha colaboración espiritual, intelectual y apostólica») y 86.1 («De modo especial, en las relaciones de apostolado con las Hijas de San Pablo se tendrá presente que con ellas, según el carisma del Fundador, tenemos en común una misma misión que debe presentarse tal ante la Iglesia. Este principio inspirará constantemente toda nuestra actividad apostólica, sea en cuanto al contenido y a los programas, sea en las opciones de orden práctico»).

²¹ Declaración del X Capítulo general, op. cit.

²² Cfr. Papa Paulo VI, *Evangelii Nuntiandi*, n. 31.

²³ Cfr. *Líneas editoriales, contenidos, destinatarios del apostolado paulino*, 2005, n. 4.

²⁴ Santiago Alberione, *Para una renovación espiritual*, Roma, 1950², p. 102.

²⁵ Santiago Alberione, *Vademecum*, n. 1014.

Alberione. La creación y el desarrollo del Centro Bíblico San Pablo (CBSP) y la aplicación del Proyecto Bíblico Congregacional en sus cinco dimensiones (editorial, formativa, pastoral, espiritual y eclesial) serán seguramente importantes en el fortalecimiento de esta área temática de la editorial paulina en cada Circunscripción. Deben ser valorizadas y coordinadas bajo la guía del CBSP todas las iniciativas nuevas y aquellas de un largo historial en la Congregación, como cursos, festivales, concursos, semanas de la Palabra, así como las iniciativas promovidas por la SOBICAIN, etc.

6.3.2 La familia, como eje del presente y como futuro de la sociedad, debe ser constantemente promovida. Son muchos los problemas y desafíos que amenazan a la familia en el mundo actual. Por lo tanto, es cada vez más urgente animar, proteger y promover este regalo de Dios y núcleo fundamental de la sociedad a través de propuestas, orientaciones y ayuda en consonancia con el magisterio de la Iglesia, especialmente la Exhortación apostólica *Amoris Laetitia*. Junto, sin olvidarlo, al esfuerzo por cuidar la “casa común” y promover una sensibilidad social y una ciudadanía ecológica, como nos invita a hacerlo la Encíclica *Laudato si’*. También en este ámbito deben ser valoradas las diversas iniciativas ya existentes. Se dé especial atención a nuestras publicaciones periódicas, libros y otros proyectos o iniciativas destinados a educar a los valores humanos y cristianos, que llevan a las familias a experimentar el amor de Dios en la vida cotidiana.

6.3.3 La tercera área es la de la comunicación. Conscientes de que la comunicación es ambiente y cultura, es decir, el espacio y el tiempo en el que vivimos hoy, y que todo y todos están conectados en red, en constante relación, es fundamental «Reforzar nuestro compromiso apostólico de ser formadores en el campo de la comunicación»²⁶. La comunicación debe recibir una especial atención en la producción editorial, pero sobre todo en las diversas iniciativas promovidas por la Congregación y en nuestros centros de formación (centros de estudio, centros culturales, librerías, comunidades, parroquias, etc.), convirtiéndose en la clave de lectura e interpretación de todo contenido y actividad. «Además de emplear la comunicación social para evangelizar, es deber nuestro formar a los usuarios de los mismos de modo que puedan servirse de ellos para la propia formación, para un sano esparcimiento y para su progreso espiritual»²⁷. Esta dimensión característica del Editor paulino es muy actual, necesaria y urgente, especialmente en el ágora digital. Es todavía válido el desafío de crear un “observatorio internacional de la comunicación” que, involucrando especialmente los actuales Centros paulinos de estudio de la comunicación, provea a generar y compartir contenidos, informaciones y pensamiento, y actúe de verdadero y propio “laboratorio” de innovación al servicio de toda la Congregación y de la Iglesia.

6.3.4 A estas tres principales áreas temáticas se agregará un tema anual específico, inspirado por los principales problemas contemporáneos y en sintonía con el camino de la Iglesia universal. Este tema será sugerido, con una anticipación adecuada, por el Superior general y deberá orientar iniciativas y proyectos a nivel nacional e internacional.

6.4 La calidad y la fiabilidad deben ser características constantes de la actividad editorial paulina, símbolo de coherencia y constancia en la oferta de propuestas, iniciativas y servicios de excelencia. Si la sostenibilidad financiera es importante, pero no obstante todo, el criterio económico no puede ser el principal en la elección de los contenidos y proyectos.

²⁶ Prioridad 1.2 del X Capítulo general.

²⁷ Constituciones y Directorio, art. 74.

7. Formación para la misión

7.1 Para el Paulino, el ecosistema comunicativo no es un espacio que se reduce al campo profesional, sino un verdadero lugar vocacional y misionero que coincide con el ambiente de vida y de anuncio del Evangelio; es nuestra “forma existencial de testimonio”²⁸. Para lograr responder a este llamado, el Editor paulino debe ser una persona de fe, apasionada por el Evangelio, capaz de «sentir con Jesús, con la Iglesia y con San Pablo»²⁹. Una persona llena de audacia profética que emana de su proceso de “cristificación”, a través de la formación progresiva de toda la persona: mente, voluntad y corazón³⁰.

7.2 En esta perspectiva, la formación es un elemento esencial para el Paulino apóstol-comunicador, tal como lo es para los colaboradores laicos que trabajan junto a nosotros. Las nuevas generaciones de Paulinos deben ser entrenadas en y a la cultura de la comunicación y del encuentro³¹ – con audacia, creatividad y esperanza – y no sólo cumpliendo con los requisitos del currículum canónico y los de un uso solamente mecánico e instrumental de los medios. Al mismo tiempo, debe darse un acompañamiento apropiado a todos los miembros profesos y a cada comunidad en el campo de la “meducación”³² para favorecer la actualización necesaria para la inmersión en el nuevo ambiente comunicativo. Sólo con una formación integral, sólida y específica – fruto de un lter formativo claro y actualizado – los Paulinos podrán convertirse en verdaderos “editores”, «formadores en el campo de la comunicación y en el campo bíblico»³³, promotores de ideas, de encuentro, de innovación y de reflexión crítica.

7.3 Son muchos los desafíos y las dificultades para poder «renovar nuestro empuje misionero»³⁴ en el contexto socio-comunicativo actual. Aunque nos reconocemos limitados e insuficientes, no obstante nos sentimos impulsados y animados por la certeza de que el Paulino es un continuador de la misión de Jesús, el Maestro, según el dinamismo misionero de san Pablo y la pasión apostólica de Don Alberione. «No omitamos el deber; no nos disculpemos fácilmente; no nos ilusionemos con la presunción de hacer otro bien, hagamos el nuestro; no perdamos el tiempo», exhortaba el Primer Maestro³⁵. Estamos llamados a evangelizar hoy, como “apóstoles-comunicadores-editores”, con todos los medios y lenguajes, para hacer llegar a todos la Verdad. «Si nuestro apostolado seguirá al Dios escritor y editor, será verdaderamente fecundo, las vocaciones se multiplicarán»³⁶.

²⁸ Cfr. Papa Francesco, *Gaudete et exsultate*, n. 11.

²⁹ Cfr. Santiago Alberione, *Apostolado de la Edición*, nn. 33-37.

³⁰ Cfr. *Ibidem*, nn. 64-71.

³¹ Cfr. Valdir José De Castro, *Apóstoles comunicadores para una cultura del encuentro. Carta Anual (2018)*.

³² Algunos autores – como por ejemplo F. Ceretti e M. Padula in *Umanità mediale* (Edizioni ETS, 2016) – hablan hoy de “meducación”, educar a los media partiendo del asunto que “los media somos nosotros”. En esta nueva perspectiva de educación medial lo que propiamente va educado es la humanidad en cuanto medial. Esto implica una reflexión sobre el hombre en su desarrollo como “ser medial”, el educar y el educarse con, a los y en los media, yendo más allá de la reflexión sobre los media mismos en cuanto sólo instrumentos, objetos y ambiente educativo (perspectiva típica de la llamada “media education”).

³³ Cfr. *Prioridad 1.2 del X Capítulo general*.

³⁴ Cfr. *Prioridad 1.1 del X Capítulo general*.

³⁵ Santiago Alberione, *Mihi Vivere Christus Est*, op.cit., n. 84.

³⁶ Santiago Alberione, *Para una renovación espiritual*, op.cit., p. 102.

Aprobado por el Gobierno General el 5 de junio de 2018