

Material didáctico

SEMINARIO ON LINE DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y ESPIRITUALIDAD



**PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
GREGORIANA**

CICS
*Centro Interdisciplinar
de Comunicación Social*

2009

Luz Marina Plata fsp

Mayo 02/09

Modulo III

Espiritualidad de la comunicación aplicada a la organización

La espiritualidad comunicacional, como venimos analizando, maneja los diferentes niveles: el personal de autoconocimiento, el de diálogo continuo e íntimo con Dios y la relación con los demás. La experiencia trinitaria nos abre hacia el mundo, amplía nuestro corazón, haciéndonos comunicadores de la buena noticia del Reino.

Todo cristiano está llamado a comunicar la fe, y, en especial, aquellos que trabajan en instituciones de Iglesia y de medios de comunicación. Entre ellos se exige una «compleja sinergia de perspectivas y una múltiple dimensión analítica, de interdisciplinariedad».¹ Hablar de propuesta integral desde la espiritualidad y la comunicación organizacional significa replantear nuestras dinámicas de trabajo, colocándonos en una actitud de total disponibilidad y escucha del Espíritu.

Hoy más que nunca esta dimensión espiritual, es tan necesaria, en la dinámica interna de las organizaciones católicas, donde la acción del Espíritu que irrumpe en nuestras instituciones nos ayudará a manejar con equilibrio el mundo de las relaciones sociales, a planificar con claridad los proyectos que son para el bien común, objetivizando las situaciones a través del discernimiento, valorizando el servicio de cada miembro y teniendo en cuenta que la razón de la organización es siempre el destinatario. Por lo cual el mensaje que emitimos debe ser rico en testimonio de vida, fundamentado en la experiencia personal y grupal, con Cristo, Camino, Verdad y Vida (Jn 14,6).

El papa Juan Pablo II, invita a los católicos a vivir esta espiritualidad desde el ángulo de la comunión, como camino de humanización interno y externo en las instituciones donde se desarrollan y están llamados a vivir la auténtica fe.

“Antes de programar iniciativas concretas, hace falta *promover una espiritualidad de la comunión*, proponiéndola como principio educativo en todos los lugares donde se forma el hombre y el

¹ Cf. P. CIARDELLA- S. MAGGIANI, *La fede e la sua comunicazione*, EDB, Bologna 2006, 22.

cristiano, donde se educan los ministros del altar, las personas consagradas y los agentes pastorales, donde se construyen las familias y las comunidades. Espiritualidad de la comunión significa ante todo una mirada del corazón, sobre todo, hacia el misterio de la Trinidad que habita en nosotros, y cuya luz ha de ser reconocida también en el rostro de los hermanos que están a nuestro lado. Espiritualidad de la comunión significa, además, capacidad de sentir al hermano de fe en la unidad profunda del Cuerpo místico y, por tanto, como « uno que me pertenece », para saber compartir sus alegrías y sus sufrimientos, para intuir sus deseos y atender a sus necesidades, para ofrecerle una verdadera y profunda amistad. Espiritualidad de la comunión es también capacidad de ver ante todo lo que hay de positivo en el otro, para acogerlo y valorarlo como regalo de Dios: un « don para mí », además de ser un don para el hermano que lo ha recibido directamente”.²

Esta dinámica espiritual dentro de la institución es una llamada a la santidad, la santidad no como elemento inalcanzable sino la vivencia del amor vivido en la cotidiano; elemento que estamos llamados a vivenciar en cualquier labor pastoral que se desempeñe.

El itinerario planteado por don Alberione con Jesús Maestro Camino, Verdad y Vida, es el camino ascético de integración que también cada persona está llamada a realizar como auténtico testimonio de una vivencia Cristiana: “Vosotros sois sal y luz del mundo” (Mt 5,13). La luz sólo puede proceder de una sola fuente que da la vida: Cristo. Este elemento tiene implicaciones de una espiritualidad viva, que se proyecta en la forma de vivir y de aplicar el Evangelio en los diversos lugares donde cada uno se desarrolla profesionalmente, en el mundo laboral.

“En las empresas económicas son personas las que se asocian, es decir, hombres libres y autónomos, creados a imagen de Dios. Por ello, teniendo en cuenta las funciones de cada uno, propietarios, administradores, técnicos, trabajadores, y quedando a salvo la unidad necesaria en la dirección, se ha de promover la activa participación de todos en la gestión de la empresa, según formas que habrá que determinar con acierto”.³

La espiritualidad Paulina, acogiendo las líneas pastorales de la Iglesia

² GIOVANNI PAOLO II, *Novo Millenio Ineunte*, n. 43.

³ *Gaudium et Spes*, n. 68.

«de desarrollar un plan integral dentro de la comunicación social, a partir del cual realizar la programación pastoral no limitada[...] sino capaz de involucrar todos los ambientes pastorales»⁴ y acogiendo la invitación del Capítulo general de «enraizadas y configuradas al Maestro Camino, Verdad y Vida, deseamos “*protenderci in avanti*” para actualizar nuestro carisma dentro de un proyecto integral de nueva Evangelización»⁵. En este proyecto «la espiritualidad de la comunión da un alma a la estructura institucional»⁶ revitalizando y articulando la fe en una sinergia al interno y al externo de la organización, que permita responder a los desafíos del mundo de hoy.

San Pablo vive en esta dinámica integrativa de espiritualidad y misión que le permitió desarrollar el proyecto evangelizador de llevar el Cristo total a los paganos, desarrollando toda una organización apostólica a partir del símil del cuerpo que representa la comunidad donde el centro es Cristo (1Co 12,12). Su creatividad proviene de un intenso amor a Cristo (Ga 2,20). Y a través de los carismas (1Co 12, 28), los cuales son para la edificación de la Iglesia. En su forma original de organización involucró los colaboradores (2Co 6,1), pidiendo siempre ayuda en la organización (Rm 1,10) en la formación de equipos, en su estrategia misionera. Sólo un proyecto orgánicamente constituido cuyo centro y razón es Cristo, permitió la ampliación del Cristianismo como lo hemos analizado en el segundo capítulo.

Hoy continuamos investigando nuevos caminos, nuevas estrategias. En la medida en que avanza la comunicación, el carisma se va adaptando, abriendo a los cambios de época; la propuesta carismática del apóstol Pablo continua iluminando e invitando siempre a la fuente Cristológica.

Un signo del tiempo actual es la comunicación organizacional, desarrollada como sinergia⁷ del talento humano, dentro de las instituciones, como eje central donde se mueven las relaciones y la interacción al interno y que se proyecta fuera como servicio social.

Como potencial paulino articulamos la espiritualidad como eje central dentro de la comunicación organizacional; la integralidad ayudará a vivir nuestro ser cristiano al interno de la institución con mayor compromiso e irradiar el mensaje hacia los demás en actitudes de servicio, justicia y solidaridad.

⁴ Cf. CONFERENCIA EPISCOPAL ITALIANA, *Comunicazione e missione*, Librería Editrice Vaticana, Città del Vaticano 2004, n. 100.

⁵ CAPITULO GENERAL, *Documento capitolare*, Figlie di San Paolo, Ariccia 2007, 16.

⁶ *Nuovo millenio ineunte*, 45.

⁷ “Asumir una mentalidad estratégica y unitaria para crear sinergia “organizar el bien” rediseñar la presencia valorizando e integrando los recursos (personas, estructuras, posibilidades económicas y técnicas)”: CAPITULO GENERAL, *Documento...*,21.

En un ambiente institucional no basta comunicar la fe, se debe vivenciar y testimoniar en actos que en muchos momentos implican la ética y la moral, es un círculo dinámico que se crea. No se puede separar el contenido de la misma vida.

Pablo no tuvo miedo de incursionar en los centros culturales de su época, como lo describe Juan Pablo II.

“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 (Hch 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”⁸.

Estos nuevos areópagos de la cultura y de la comunicación a los cuales estamos llamados a entrar para continuar anunciando el Cristo a la humanidad.

Para que se dé este proceso evangelizador es necesario crear al interno de la organización un ambiente de personas orantes, de discernimiento continuo, de comunión y participación, donde la vida de acción y servicio brote de una fecunda vida interior fruto de un itinerario espiritual y de unas características especiales, donde el objetivo está en la dinámica de llegar desde el Evangelio al corazón de la cultura.

“Los comunicadores cristianos necesitan ser hombres y mujeres cuya oración esté llena del Espíritu Santo, y los haga entrar cada vez más profundamente en comunión con Dios, para que crezca su capacidad de alimentar la comunión entre sus semejantes. Deben ser enseñados en la esperanza por el Espíritu Santo, "agente principal de la nueva evangelización, para que puedan comunicar esperanza a los demás”⁹.

El modelo de la primitiva comunidad cristiana como ya lo hemos visto puede ser una luz para el modelo que se quiere gestar dentro de una organización, aplicando toda la riqueza que nos brinda la comunicación organizacional como un contributo a humanizar la empresa bajo la luz y guía del Espíritu Santo.

⁸ GIOVANNI PAOLO II, *Redemptoris missio*, n. 37.

⁹ IDEM, *Tertio Millenio Adveniente*, n. 45.

1.5 Iluminación del documento de Aparecida sobre el tema de la comunicación

Actualmente es sorprendente como estamos entrando en una nueva etapa, que nos ilumina a tratar de definir que la espiritualidad del tercer milenio, es una espiritualidad comunicacional, como hemos venido analizando la cultura actual es comunicacional, y con sorpresa nos encontramos en el documento de Aparecida la transversalidad de la comunicación que atraviesa la propuesta de una nueva Evangelización y parece la figura fascinante de Jesús camino, verdad Vida. Como el itinerario de una espiritualidad definida en una cambio de mentalidad donde todos somos llamados a ser discípulos y misioneros.

1.5.1 Pastoral de la comunicación social

484. La revolución tecnológica y los procesos de globalización conforman el mundo actual como una gran cultura mediática. Esto implica una capacidad para reconocer los nuevos lenguajes, que pueden ayudar a una mayor humanización global.

Estos nuevos lenguajes configuran un elemento articulador de los cambios en la sociedad.

485. “En nuestro siglo tan influenciado por los medios de comunicación social, el primer anuncio, la catequesis o el ulterior ahondamiento de la fe, no pueden prescindir de esos medios”.

Puestos al servicio del Evangelio, ellos ofrecen la posibilidad de extender casi sin límites el campo de audición de la Palabra de Dios, haciendo llegar la Buena Nueva a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más.

Con ellos la Iglesia ‘proclama desde las azoteas’ (cf. Mt 10, 27; Lc 12, 3) el mensaje del que es depositaria. En ellos encuentra una versión moderna y eficaz del ‘púlpito’. Gracias a ellos puede hablar a las multitudes”. 268.

486. A fin de formar discípulos y misioneros en este campo, nosotros, los obispos reunidos en la V Conferencia, nos comprometemos a acompañar a los comunicadores, procurando:

- a) Conocer y valorar esta nueva cultura de la comunicación.
- b) Promover la formación profesional en la cultura de la comunicación

de todos los agentes y creyentes.

- c) Formar comunicadores profesionales competentes y comprometidos con los valores humanos y cristianos en la transformación evangelizadora de la sociedad, con particular atención a los propietarios, directores, programadores, periodistas y locutores.
- d) Apoyar y optimizar, por parte de la Iglesia, la creación de medios de comunicación social propios, tanto en los sectores televisivo y radial, como en los sitios de Internet y en los medios impresos.
- e) Estar presente en los medios de comunicación social: prensa, radio y TV, cine digital, sitios de Internet, foros y tantos otros sistemas para introducir en ellos el misterio de Cristo.
- f) Educar la formación crítica en el uso de los medios de comunicación desde la primera edad.
- g) Animar las iniciativas existentes o por crear en este campo, con espíritu de comunión.
- h) Suscitar leyes para promover una nueva cultura que proteja a los niños, jóvenes y a las personas más vulnerables, para que la comunicación no conculque los valores y, en cambio, cree criterios válidos de discernimiento.
- i) Desarrollar una política de comunicación capaz de ayudar, tanto las pastorales de comunicación como los medios de comunicación de inspiración católica, a encontrar su lugar en la misión evangelizadora de la Iglesia.

487. La Internet, vista dentro del panorama de la comunicación social, debe ser entendida, en la línea ya proclamada en el Concilio Vaticano II, como una de las “maravillosas invenciones de la técnica”²⁷⁰.

1.5.2 Nuestros pueblos y la cultura

Para la Iglesia, el nuevo mundo del espacio cibernético es una exhortación a la gran aventura de la utilización de su potencial para proclamar el mensaje evangélico.

Este desafío está en el centro de lo que significa, al inicio del milenio, seguir el mandato del Señor, de “avanzar”: *Duc in altum!* (Lc 5,4)²⁷¹.

488. La Iglesia se acerca a este nuevo medio con realismo y confianza. Como los otros instrumentos de comunicación, él es un medio y no un fin en sí mismo. La Internet puede ofrecer magníficas oportunidades de evangelización, si es usada con competencia y una clara conciencia de sus fortalezas y debilidades²⁷².

489. Los medios de comunicación, en general, no sustituyen las relaciones personales ni la vida comunitaria local. Sin embargo, los sitios pueden reforzar y estimular el intercambio de experiencias y de informaciones que intensifiquen la práctica religiosa a través de acompañamientos y orientaciones. También en la familia deben los padres alertar a sus hijos para un uso consciente de los contenidos disponibles en la Internet, para complementar su formación educacional y moral.

490. Dado que la exclusión digital es evidente, las parroquias, comunidades, centros culturales e instituciones educacionales católicas podrían ser estimuladoras de la creación de puntos de red y salas digitales para promover la inclusión, desarrollando nuevas iniciativas y aprovechando, con una mirada positiva, aquellas que ya existen. En América Latina y El Caribe existen revistas, periódicos, sitios, portales y servicios *on line* que llevan contenidos informativos y formativos, además de orientaciones religiosas y sociales diversas, tales como “sacerdote”, “orientador espiritual”, “orienta-

1.5.3 Nuevos areópagos y centros de decisión

Queremos felicitar e incentivar a tantos discípulos y misioneros de Jesucristo que, con su presencia ética coherente, siguen sembrando los valores evangélicos en los ambientes donde tradicionalmente se hace cultura y en los nuevos areópagos: el mundo de las comunicaciones, la construcción de la paz, el desarrollo y la liberación de los pueblos, sobre todo de las minorías, la promoción de la mujer y de los niños, la ecología y la protección de la naturaleza. Y “el vastísimo areópago de la cultura, de la experimentación científica, de las relaciones internacionales”²⁷³. Evangelizar la cultura, lejos de abandonar la opción preferencial por los pobres y el compromiso con la realidad, nace del amor apasionado a Cristo, que acompaña al Pueblo de Dios en la misión de inculturar el Evangelio en la historia, ardiente e infatigable en su caridad samaritana.

492. Una tarea de gran importancia es la formación de pensadores y personas que estén en los niveles de decisión. Para eso, debemos emplear esfuerzo y creatividad en la evangelización de empresarios, políticos y formadores de opinión, el mundo del trabajo, dirigentes sindicales, cooperativos y comunitarios.

493. En la cultura actual, surgen nuevos campos misioneros y pastorales que se abren. Uno de ellos es, sin duda, la pastoral del turismo y del entretenimiento, que tiene un campo inmenso de realización en los clubes,

en los deportes, salas de cine, centros comerciales y otras opciones que a diario llaman la atención y piden ser evangelizadas.

1.5.4 Nuestros pueblos y la cultura

494. Ante la falsa visión, tan difundida en nuestros días, de una incompatibilidad entre fe y ciencia, la Iglesia proclama que la fe no es irracional. “Fe y razón son dos alas por las cuales el espíritu humano se eleva en la contemplación de la verdad”²⁷⁵. Por esto valoramos a tantos hombres y mujeres de fe y ciencia, que aprendieron a ver en la belleza de la naturaleza las señales del Misterio, del amor y de la bondad de Dios, y son señales luminosas que ayudan a comprender que el libro de la naturaleza y la Sagrada Escritura hablan del mismo Verbo que se hizo carne.

495. Queremos valorar siempre más los espacios de diálogo entre fe y ciencia, incluso en los medios de comunicación. Una forma de hacerlo es a través de la difusión de la reflexión y la obra de los grandes pensadores católicos, especialmente del siglo XX, como referencias para la justa comprensión de la ciencia.

496. Dios no es sólo la suma Verdad. Él es también la suma Bondad y la suprema Belleza. Por eso:

“la sociedad tiene necesidad de artistas, de la misma manera como necesita de científicos, técnicos, trabajadores, especialistas, testigos de la fe, profesores, padres y madres, que garanticen el crecimiento de la persona y el progreso de la comunidad, a través de aquella forma sublime de arte que es el ‘arte de educar’²⁷⁶.

497. Es necesario comunicar los valores evangélicos de manera positiva y propositiva. Son muchos los que se dicen descontentos, notando con el contenido de la doctrina de la Iglesia, sino con la forma como ésta es presentada. Para eso, en la elaboración de nuestros planes pastorales queremos:

- a) Favorecer la formación de un laicado capaz de actuar como verdadero sujeto eclesial y competente interlocutor entre la Iglesia y la sociedad, y la sociedad y la Iglesia.
- b) Optimizar el uso de los medios de comunicación católicos, haciéndolos más actuantes y eficaces, sea para la comunicación de la fe, sea para el diálogo entre la Iglesia y la sociedad.

- c) Actuar con los artistas, deportistas, profesionales de la moda, periodistas, comunicadores y presentadores, así como con los productores de información en los medios de comunicación, con los intelectuales, profesores, líderes comunitarios y religiosos.
- d) Rescatar el papel del sacerdote como formador de opinión. Aprovechando las experiencias de los Centros de Fe y Cultura o Centros Culturales Católicos, trataremos de crear o dinamizar los grupos de diálogo entre la Iglesia y los formadores de opinión de los diversos campos. Convocamos a nuestras Universidades Católicas para que sean cada vez más lugar de producción e irradiación del diálogo entre fe y razón y del pensamiento católico.

TRABAJO PERSONAL – Voluntario

1. La comunicación es un eje transversal en todo el documento de Aparecida, realiza un análisis del mismo documento destacando los elementos y su aporte a la nueva evangelización. Realiza este trabajo en una hoja.
