

## Linhas editoriais

### Identidade, conteúdos e interlocutores do apostolado paulino

#### Premissa

«Tudo faço por causa do Evangelho» (1 Cor 9,23). O mote do X Capítulo Geral é como uma luz que orienta a ação apostólica paulina. Inspirados por este amplo horizonte, os Capitulares reiteraram um aspecto essencial da nossa vocação: «Somos chamados, na vida pessoal, comunitária e apostólica, a ser evangelizadores como o apóstolo Paulo, na cultura da comunicação, segundo o dinamismo vivido pelo bem-aventurado Tiago Alberione, no seguimento e anúncio integrais de Jesus Mestre, Caminho, Verdade e Vida»<sup>1</sup>. Do impulso que emerge desta inspiração nasce a indicação de «renovar criativamente o nosso impulso missionário a serviço da Palavra»<sup>2</sup> e, nesta ampla perspectiva, também a solicitação de atualizar o documento Linhas editoriais, conteúdos, destinatários do apostolado paulino, publicado no ano 2005, confiando aos Governos circunscricionais a sua aplicação no respectivo contexto pastoral<sup>3</sup>.

Para concretizar este processo de atualização e promover uma reflexão mais profunda sobre temas nevrálgicos da missão e da vida paulina, o Governo geral, por meio do CTIA, convocou o 2º Seminário Internacional dos Editores Paulinos (2º SIEP), de 16 a 21 de outubro de 2017. Cerca de 60 Paulinos de todo o mundo puderam refletir juntos sobre os novos contextos e paradigmas da comunicação, partilhando opiniões e experiências sobre o impacto causado pelas relevantes mudanças no mundo editorial – especialmente com o advento da linguagem digital –, que conduzem naturalmente a uma redefinição do perfil e das prioridades do Editor paulino.

#### 1. Identidade do Editor paulino

1.1 De Paulo, o Editor paulino aprende que a verdadeira espiritualidade apostólica é aquela que testemunha uma experiência de Cristo morto e ressuscitado, conteúdo central e único da evangelização que, no anúncio, assume gradualmente diversas formas. De Paulo, o Editor paulino assume a capacidade de encarar as questões concretas do mundo (em nível eclesial, comunitário, social, etc.) e o esforço de adaptar a linguagem a cada interlocutor. Recebe, ainda, a dimensão da pastoralidade e da universalidade, a profecia, o zelo e empenho total, a paixão e a capacidade de escuta, a audácia e a habilidade de construir redes de colaboradores, o dinamismo apostólico e o senso de responsabilidade. Dele aprende a fazer tudo pelo Evangelho.

---

<sup>1</sup> Premissa do Documento final do X Capítulo geral.

<sup>2</sup> Prioridade 1.1 do X Capítulo geral.

<sup>3</sup> Cf. Linha operativa 1.1.2 do X Capítulo geral.

1.2 Cada Paulino, pela sua vocação específica, é “editor”. Este é o “propósito único”<sup>4</sup> – diria Alberione – da sua vida e ação, da sua vocação e missão. O Paulino é um homem chamado por Cristo e consagrado para ser apóstolo da comunicação, para ser essencialmente um “editor”, aquele que dá forma a uma experiência, que escreve ou traduz a sua vida pessoal e comunitária de fé e de encontro com Cristo em palavras, textos, imagens, sons, vídeos, bytes ou em qualquer outra forma que a técnica gradualmente desenvolve; mas também em experiências e iniciativas nas quais toda linguagem está a serviço da inculturação do Evangelho com e na comunicação. Aquele que, a exemplo de Maria, dá (edit) o Salvador ao mundo<sup>5</sup>.

1.3 Apesar da grande riqueza de identidade e de conteúdo que o Editor paulino dispõe, muitas vezes faltam métodos e formas apropriadas para partilhar este tesouro de maneira clara, precisa, incisiva e significativa. É escassa, por vezes, a audácia em assumir e imergir em novos campos e contextos – como o ambiente digital – e a coragem de rever as estruturas, adaptando-as continuamente às reais exigências. É insuficiente, também, a capacidade de dar novo impulso a algumas formas tradicionais de edição – por exemplo o cinema, o rádio ou a televisão –, ainda fundamentais e muito significativas em diversas realidades.

1.4 A partir do 1º Seminário Internacional dos Editores Paulinos a Congregação fez um profícuo caminho em direção à concepção do Editor único multimedial. O desafio agora é dar um salto qualitativo, com criatividade e novos recursos, para não nos limitarmos a estruturas e propostas superficiais ou ligadas somente a “produtos”. O Editor paulino único multimedial, explorando as novas formas de relações e as possibilidades das narrativas crossmediais e transmediais, é desafiado a assumir plenamente a revolução digital nos três momentos do apostolado: redação-criação (conteúdo), produção-técnica (forma, suportes) e difusão-propaganda (estratégias).

1.5 O ponto de partida para este salto qualitativo é ter um Projeto apostólico atualizado, claro, concreto e estratégico, favorecendo as sinergias e a colaboração entre as várias iniciativas e áreas apostólicas, com critérios e objetivos comuns. Isto significa integrar todas as pessoas, comunidades, atividades e iniciativas sobre um único trilho, conscientes de que o Editor paulino é sempre um sujeito comunitário, como emerge da nossa herança carismática<sup>6</sup> e como destacam as nossas Constituições: «Visto que o fim da Sociedade São Paulo se consegue com um apostolado eminentemente comunitário, todos os membros cultivem a colaboração fraterna e se auxiliem mutuamente a fim de corresponderem à vocação comum»<sup>7</sup>. Todo projeto e iniciativa pessoal, «excluindo o centrismo, a autossuficiência e o individualismo»<sup>8</sup>, esteja em sintonia com as presentes Linhas editoriais e seja integrado no único Projeto apostólico circunscricional.

---

<sup>4</sup> Cf. Renato Perino, *Atti del Seminario Internazionale degli Editori Paolini*, 1988, pp. 13 e 154; *Constituições da SSP (1922)*, art. 2; Tiago Alberione, *UCBS, Ano 1923 - n. 2 (27 fev., p. 3), n. 4 (19 abr., p. 3), n. 6 (21 jun., p. 17)*.

<sup>5</sup> Cf. *Vademecum*, n. 1051.

<sup>6</sup> Cf. Tiago Alberione, *Abundantes divitiae gratiae suae*, n. 23 ss.

<sup>7</sup> *Constituições e Diretório*, art. 15. Cf. também art. 77 ss.

<sup>8</sup> *Ibidem*, art. 85.

## 2. Coragem de mudar

2.1 «O bem principal da Congregação não são os muros ou os campos: são as edições»<sup>9</sup>, afirmava Padre Alberione. Uma das constatações emersas no 2º SIEP é que as nossas estruturas não são adequadas às verdadeiras exigências do contexto sócio-comunicativo atual. Em geral, não fomos capazes de tomar decisões relativas à evolução da comunicação como arquitetura social e ambiente de vida no mundo atual<sup>10</sup>. Estamos atrasados, visto que a revolução digital é onipresente e está rapidamente mudando a mentalidade e o estilo de vida dos nossos contemporâneos, e o próprio modo de fazer todas as coisas.

2.2 Diante da crise do modelo industrial de comunicação<sup>11</sup>, ao qual estamos habituados e sobre o qual construímos e baseamos toda a nossa estrutura apostólica e formativa, temos ainda evidentes dificuldades em reagir para encontrar alternativas. «Hoje não basta o púlpito: ocorrem todos os meios. Realmente em poucos anos o mundo se transformou e nós, para acompanharmos o mundo, devemos nos atualizar: o cinema, a rádio, a imprensa, a televisão e tudo aquilo que serve para comunicar»<sup>12</sup>, alertava Alberione já no ano 1955. É importante, então, atualizar-se não só em relação às inovações tecnológicas e instrumentais, mas sobretudo em relação aos conceitos e às novas formas de comunicar, que determinam a ecologia comunicativa e o mundo editorial atual<sup>13</sup>.

2.3 Conscientes de que «a nossa missão não se identifica com o uso de um ou outro meio de comunicação, mas com o fato de comunicar a todos, de modo célere e eficaz, o Evangelho de Jesus Cristo, no espírito do Apóstolo Paulo»<sup>14</sup>, o Editor paulino tem uma grande responsabilidade, porque é chamado a ser ele próprio instrumento de evangelização e a comunicar o Evangelho com todos os meios e em todas as circunstâncias, com entusiasmo, criatividade, profissionalismo, dedicação e coerência.

## 3. Criar relações

3.1 Atento às “relações” como elemento chave da prática comunicativa e às redes como lugar de criação colaborativa de significado e de conteúdo, o Editor paulino deve buscar novas formas de presença e de ação, não tanto ligadas aos meios, mas sobretudo à cultura e à nova gramática da comunicação, estando a serviço de todo o povo de Deus, especialmente aos homens e mulheres que vivem nas diversas periferias atuais.

3.2 Repensar a editoria paulina à luz das relações e em perspectiva ecológico-colaborativa implica naturalmente uma capacidade de aproximação, de diálogo e de escuta. É importante, em primeiro lugar, compreender que não se pode reduzir o diálogo a uma troca de dados ou de informações; e

---

<sup>9</sup> Tiago Alberione, *Mihi Vivere Christus Est*, n. 225.

<sup>10</sup> Cf. Atas do 2º Seminário Internacional dos Editores Paulinos, Casa geral da Sociedade de São Paulo, Roma, 2018, pp. 35 ss. e pp. 191 ss.

<sup>11</sup> Trata-se do modelo típico dos “massmedia” e da indústria cultural, baseado na produção em larga escala e sob um sistema ligado a processos de standardização e racionalização distributiva para responder às exigências de um mercado de massa, definido “industrial” porque se assemelha mais às formas organizativas da indústria do que a uma produção criativa e personalizada.

<sup>12</sup> *Prediche del Primo Maestro [anos 1952-1955]*, citados in R. F. Esposito, *La teologia della pubblicistica*, EP Roma 1972<sup>2</sup>, p. 19.

<sup>13</sup> Cf. Atas do 2º Seminário Internacional dos Editores Paulinos, op. cit., pp. 53 ss. e pp. 163 ss.

<sup>14</sup> Declaração capitular do X Capítulo geral “Evangelizar hoje na alegria como apóstolos comunicadores e como consagrados”.

que a relação com o outro não se limita a uma conexão. O Editor paulino não pode confundir um mero contato como sinal de diálogo e de interação; ou uma simples troca de mensagem com uma verdadeira comunicação. A comunicação é um exercício muito mais profundo, que nos faz sair da habitual zona de conforto e da autorreferencialidade.

3.3 Superar a autorreferencialidade para vislumbrar um horizonte mais amplo é imperativo neste momento de mudança de época. Para conhecer e aproximar-se dos interlocutores da nossa missão, o Editor paulino deve mudar de atitude e de mentalidade, percorrendo um caminho “em saída”, como indica claramente o atual magistério da Igreja e o próprio exemplo de São Paulo, que, comunicando o Evangelho, criava relações e comunidades.

3.4 Em geral, estamos mais habituados a “falar” (lógica do púlpito) a destinatários que a “escutá-los” (lógica da ágora). Por isso a importância de empenharmo-nos em uma conversão de atitude para promover momentos e instrumentos que criem laços e favoreçam as relações, ponto de partida para oferecer conteúdos e serviços de qualidade. Um lugar privilegiado de escuta são as nossas livrarias, se configuradas como verdadeiros centros multimídiais de evangelização e de cultura<sup>15</sup>, fontes que irradiam a luz do Evangelho, espaços de humanidade, de encontro e diálogo, de serviço e de formação. Outros espaços com grande potencialidade para encontrar e interagir com as pessoas – e portanto com possibilidade de protagonismo para abrir novas estradas à evangelização e formar comunidades<sup>16</sup> – são os Centros culturais, os Centros paulinos de estudo em comunicação, os diversos eventos para a difusão da Palavra de Deus e as próprias comunidades paulinas. São formas atuais de exprimir a dimensão relacional e missionária da editoria paulina, mas que requerem sempre sintonia e diálogo com todas as áreas apostólicas.

#### 4. Abertos a todos os interlocutores

4.1 O X Capítulo geral reafirmou a necessidade de abertura a todos, especialmente aos mais necessitados, àqueles que habitam as diversas periferias e fronteiras, como emerge de modo evidente também no pontificado do Papa Francisco, especialmente na Exortação apostólica *Evangelii gaudium*.

4.2 O grande desafio do Editor paulino é identificar na sua própria realidade quem são os “pobres”, os “distantes” e os “não-crentes” a quem deve dirigir-se. Reconhecer a qual pobreza deve atender, com a consciência de que hoje, como em outros tempos da história humana, são tantas as carências e limitações do ser humano e da sociedade, tantas as pessoas feridas e em busca de respostas.

---

<sup>15</sup> Cf. Tiago Alberione, *Apostolado das Edições*, n. 403 ss.; Tiago Alberione, *Considerate la vostra vocazione*, p. 133 («As livrarias são o vosso centro de luz, de amor, de oração»); p. 214 («As livrarias são o ponto de comunicação da Congregação com os fiéis; a livraria é um templo; são centros de luz e amor; são o ambiente para o exercício de muitas virtudes»); p. 261 («As nossas livrarias são centros de apostolado; a indicação é o Evangelho com a imagem de São Paulo: não são comércio, mas serviço aos fiéis; não venda, mas apostolado para ofertas; não têm clientes, mas cooperadores; não negócios, mas centros de luz e calor em Jesus Cristo; não se pretende dominar, mas servir a Igreja e as almas; não para enriquecer, mas para beneficiar as almas; os católicos praticantes e o clero devem ali encontrar colaboração, luz, endereço para o seu ministério; não preços, mas ofertas; a livraria espelha todo o Instituto São Paulo: é o ponto de contato entre este e o povo, é o centro de difusão de todas as iniciativas do apostolado paulino. É a Editora de Deus. A livraria é um templo; o livreiro um pregador; luz, santidade, alegria em Jesus Cristo e vida cristã são os frutos almejados; o expositor é um púlpito de verdade»).

<sup>16</sup> No *Communities Manifesto* (2010) Stan Garfield assim define o conceito de “comunidade” (community): «São grupos de pessoas que, por argumento específicos, partilham uma especialidade, um papel, uma paixão, um interesse, uma preocupação ou uma série de problemas».

4.3 A proliferação de dispositivos tecnológicos, os algoritmos, o ruído de fundo da comunicação e a “tempestade digital” de dados e informações podem nos deixar surdos diante da verdade. A velocidade e a quantidade crescente de informações atrofia, de fato, a capacidade de discernimento da sociedade contemporânea. Neste sentido, é muito atual a máxima alberioniana “fazer a todos a caridade da verdade”, sendo uma dimensão profética da editoria paulina oferecer aos habitantes onlife<sup>17</sup> os instrumentos adequados para desenvolver um espírito crítico e autônomo, ajudando-lhes a ter uma presença mais consciente e construtiva, a discernir para encontrar a verdade em meio a tanta confusão, obscuridade e fake news; auxiliando-lhes a viver neste ambiente a “santidade”, como expresso na Exortação apostólica *Gaudete et exultate*.

4.4 Uma das categorias a ter preferencialmente em atenção são os jovens e as crianças, os chamados “nativos digitais”. Por isso é fundamental esforçarmo-nos em assumir séria e significativamente a sua linguagem, para ajudar as novas gerações a realizar um encontro salvífico com o Senhor e descobrir caminhos alternativos que conduzam a uma vida plena de significado e de valor.

## 5. Unidade apostólica

5.1 Na comunicação, entendida sobretudo como comunhão, é imprescindível o trabalho em equipe e em rede. O Editor paulino não é uma pessoa isolada, mas faz parte de um corpo unitário e coeso. As novas dinâmicas comunicativas da sociedade em rede exigem um trabalho coordenado, harmonioso, horizontal e universal. Este trabalho em grupo e colaborativo<sup>18</sup> começa dentro de cada Circunscrição, entre as diversas áreas apostólicas e os respectivos Conselhos, sinal de unidade e colegialidade do ser editor.

5.2 Entre as exigências atuais que devem caracterizar o Editor paulino desde a sua formação inicial à concretização dos projetos apostólicos estão a universalidade<sup>19</sup>, a internacionalidade e a multiculturalidade. Desenvolver projetos e iniciativas internacionais e em rede; coordenar, reorganizar e otimizar as estruturas apostólicas; e repensar os grupos linguístico-continentais são alguns dos compromissos concretos assumidos pelos participantes do 2º SIEP.

5.3 O respeito e a valorização da Marca como símbolo de unidade, universalidade e credibilidade são um passo importante que não deve ser descuidado. A Marca única nos deu uma identidade comum e um nome reconhecido. Se as nossas publicações são feitas com profissionalismo e se oferecemos serviços e projetos de excelência, eles serão apreciados também em âmbito não católico. Não devemos nos camuflar para encontrar os chamados “não-crentes”, mas buscar ser reconhecidos como editores abertos ao diálogo, que através dos valores humanos intrínsecos ao Evangelho, senso crítico e espírito profético querem contribuir com o progresso humano e social. O essencial é trabalhar na consolidação e no reconhecimento da Marca, dando-lhe novas expressões e novas

---

<sup>17</sup> Conceito que define a nova condição habitativa no mundo da comunicação hiperconexa atual, caracterizada por quatro grandes transformações: ofuscamento da distinção entre real (off line) e virtual (on line); diminuição da distinção entre homem, máquina e natureza; substituição de uma condição de escassez de informação por uma de abundância; e passagem dos conceitos de “propriedade” e “relações bilaterais” a “processos” e “redes”.

<sup>18</sup> Cf. *Constituições e Diretório*, art. 85 e ss.: «A colaboração no apostolado».

<sup>19</sup> Cf. *Tiago Alberione, Ut perfectus sit homo Dei*, I nn. 372 ss.: a missão paulina é universal em relação às pessoas, aos meios técnicos, aos tempos e aos conteúdos.

formas de comunicar. É imperativo, então, cuidar sobretudo dos valores editoriais, da identidade e da credibilidade que a nossa Marca já representa e garante.

5.4 Esta unidade apostólica deve expressar-se também no relacionamento com os nossos colaboradores leigos, de modo a reforçar a sua presença profissional e o seu sentido de pertença ao carisma paulino, envolvendo-os verdadeiramente na missão evangelizadora da Congregação, que gera transformação e vida nova. Igualmente, deve ser visível na integração com a Família Paulina<sup>20</sup>, o que exige uma mudança de mentalidade e de mecanismos, às vezes mais inspirados por um senso de competição do que por verdadeira e mútua colaboração.

## 6. Opções editoriais

6.1 Para cada Paulino deve ser claro que, acima de tudo, «oferecemos a todos o Evangelho; esse não é um conjunto de conceitos ou de formalidades normativas, mas a própria Pessoa de Jesus Cristo, Caminho, Verdade e Vida (cf. Jo 14,6), único Mestre (cf. Mt 23,10), Salvador do mundo»<sup>21</sup>. A partir deste conteúdo central e essencial germinam todos os outros. A primazia do conteúdo, portanto, é irrenunciável. Consequentemente, deve ser a prioridade do Editor paulino. Pode-se até reduzir a presença paulina dentro da estrutura administrativa e comercial, mas não se pode renunciar à atenção aos conteúdos e à direção das linhas editoriais de identidade paulina.

6.2 As nossas opções editoriais, nos diversos âmbitos e áreas, devem manifestar a dimensão profética da nossa consagração, ajudando as pessoas a lerem a realidade e a enfrentarem os desafios atuais, oferecendo-lhes critérios que possibilitem fazer opções responsáveis e conscientes. Isso exige que sejamos “editores em saída”, com sensibilidade social, com propostas e métodos inovadores, cômicos dos laços profundos entre «evangelização, promoção humana, desenvolvimento e libertação»<sup>22</sup>.

6.3. Considerando os trabalhos de grupo do 2º SIEP, confirmamos a relevância e atualidade dos três âmbitos específicos e determinantes da nossa missão apostólica<sup>23</sup>, ou seja: Bíblia, família e comunicação.

6.3.1 A Bíblia é a prioridade fundamental em um mundo em constante mudança e carente de luz. «A Bíblia é a vida para o apostolado das edições»<sup>24</sup>, «é o livro que devemos dar [...] usando todos os meios que o Senhor nos oferece»<sup>25</sup>, dizia o bem-aventurado Alberione. A criação do Centro Bíblico Paulus (CBP) e a aplicação do Projeto Bíblico Congregacional nas suas

---

<sup>20</sup> Cf. Constituições e Diretório, art. 86 («O relacionamento da Sociedade São Paulo com os outros institutos da Família Paulina seja marcado por estreita colaboração espiritual, intelectual e apostólica.») e 86.1 («No relacionamento de apostolado, de maneira especial, com as Filhas de São Paulo ter-se-á presente que, segundo o carisma do fundador, temos com elas em comum uma missão única, a qual deve apresentar-se como única perante a Igreja. Este princípio deverá inspirar constantemente toda a nossa atividade apostólica, quer nos conteúdos e nos programas, quer nas opções de ordem prática.»).

<sup>21</sup> Declaração capitular, op. cit.

<sup>22</sup> Cf. Papa Paulo VI, *Evangelii Nuntiandi*, n. 31.

<sup>23</sup> Cf. Linhas editoriais, conteúdos, destinatários do apostolado paulino, 2005, n. 4.

<sup>24</sup> Tiago Alberione, *Per un rinnovamento spirituale*, Roma, 1950<sup>2</sup>, p. 102.

<sup>25</sup> Tiago Alberione, *Vademecum*, n. 1014.

cinco dimensões (editorial, formativa, pastoral, espiritual e eclesial) serão certamente importantes no fortalecimento desta área temática da editoria paulina em cada Circunscrição. Sob a orientação do CBP sejam valorizadas e orientadas todas as novas iniciativas e também aquelas já de longa tradição na Congregação, como cursos, festivais, concursos, semanas da Palavra, bem como as iniciativas promovidas pela SOBICAIN, etc.

6.3.2 A família, como elo do presente e como futuro da humanidade, deve ser promovida constantemente. São tantas as problemáticas e os desafios que ameaçam a família no mundo atual. Torna-se, portanto, sempre mais urgente animar, proteger e promover este dom de Deus e núcleo fundamental da sociedade através de propostas, orientações e ajuda em sintonia com o magistério da Igreja, especialmente a Exortação apostólica *Amoris laetitia*. Isso paralelamente ao esforço de cuidar da “casa comum” e de promover uma sensibilidade social e uma cidadania ecológica, como nos convida a Encíclica *Laudato si’*. Igualmente neste âmbito sejam valorizadas as diversas iniciativas já existentes. Seja dada especial atenção aos nossos periódicos, livros e outros projetos ou iniciativas que visam educar aos valores humanos e cristãos, que conduzam as famílias a viver a experiência do amor de Deus na cotidianidade.

6.3.3 O terceiro âmbito é o da comunicação. Cientes de que a comunicação é ambiente e cultura, ou seja, o espaço e o tempo no qual habitamos hoje, e que tudo e todos estão conectados em rede, em constante relação, é fundamental «reforçar o nosso empenho apostólico para nos tornarmos formadores no campo da comunicação»<sup>26</sup>. A comunicação deve receber especial atenção na produção editorial, mas principalmente nas diversas iniciativas promovidas pela Congregação e em nossos centros de formação (centros de estudo, centros culturais, livrarias, comunidades, paróquias, etc.), tornando-se critério de leitura e interpretação de cada conteúdo e atividade. «Além de empregar os meios de comunicação social com finalidade evangelizadora, é também nosso dever formar os usuários a se servirem deles para a própria formação, para a sua distensão e para a elevação espiritual»<sup>27</sup>. Esta dimensão característica do Editor paulino é muito atual, necessária e urgente, especialmente na ágora digital. É ainda válido o desafio de criar um “observatório internacional da comunicação” que, envolvendo particularmente os atuais Centros paulinos de estudo em comunicação, busque produzir e partilhar conteúdos, informações e pensamento, e atue como um verdadeiro “laboratório” de inovação a serviço de toda a Congregação e da Igreja.

6.3.4 A estes três âmbitos temáticos principais será acrescentado anualmente um tema específico, inspirado nas maiores problemáticas contemporâneas e em sintonia com o caminho da Igreja universal. Este tema será sugerido, com a devida antecipação, pelo Superior geral e deverá orientar iniciativas e projetos nacionais e internacionais.

6.4 A qualidade e a credibilidade devem ser características constantes da editoria paulina, símbolo de coerência e constância em oferecer propostas, iniciativas e serviços de excelência. A sustentabilidade é importante, porém o critério econômico não pode ser o principal na escolha dos conteúdos e projetos.

---

<sup>26</sup> Prioridade 1.2 do X Capítulo geral.

<sup>27</sup> Constituições e Diretório, art. 74.

## 7. Formação para a missão

7.1 Para o Paulino, o ecossistema comunicativo não é um lugar que se reduz ao campo profissional, mas é verdadeiro espaço vocacional e missionário que coincide com o ambiente de vida e de anúncio do Evangelho; é a nossa “forma existencial de testemunho”<sup>28</sup>. Para conseguir responder a este chamado, o Editor paulino deve ser uma pessoa de fé, apaixonada pelo Evangelho, capaz de «sentir com Jesus, com a Igreja e com São Paulo»<sup>29</sup>. Uma pessoa preenchida pela audácia profética que emana do seu processo de “cristificação”, por meio de uma formação progressiva da pessoa toda: mente, vontade e coração<sup>30</sup>.

7.2 A formação é, nesta perspectiva, elemento essencial para o Paulino apóstolo-comunicador, assim como o é para os leigos colaboradores que atuam ao nosso lado. As novas gerações de Paulinos devem ser formadas na e para a cultura da comunicação e do encontro<sup>31</sup> – com coragem, criatividade e esperança – e não apenas segundo as exigências do currículo canônico e de um uso simplesmente mecânico e instrumental dos meios. Ao mesmo tempo, seja dado apropriado acompanhamento a todos os membros professos e a cada comunidade no campo da “meducação”<sup>32</sup> a fim de favorecer a atualização necessária à sua imersão no novo ambiente comunicativo. Somente com uma formação integral, sólida e específica – fruto de um lter formativo claro e atualizado – os Paulinos conseguirão se tornar verdadeiros “editores”, «formadores no campo da comunicação e no campo bíblico»<sup>33</sup>, promotores de ideias, de encontro, de inovações, de reflexão crítica.

7.3 São tantos os desafios e as dificuldades para poder «renovar criativamente o impulso da nossa ação apostólica»<sup>34</sup> no atual contexto sócio-comunicativo. Embora nos reconheçamos limitados e insuficientes, somos impulsionados e animados pela certeza de que o Paulino é um continuador da missão de Jesus, o Mestre, segundo o dinamismo missionário de São Paulo e a paixão apostólica do bem-aventurado Alberione. «Não omitamos o dever; não nos escusemos com facilidade; não nos iludamos com presunções de fazer outro bem, façamos o nosso; não percamos tempo», exortava o Primeiro Mestre<sup>35</sup>. Somos chamados a evangelizar hoje, como “apóstolos-comunicadores-editores”, com todos os meios e linguagens, para fazer chegar a todos a Verdade. «Se o nosso apostolado seguir Deus escritor e editor, será verdadeiramente fecundo, não terminará jamais, as vocações se multiplicarão»<sup>36</sup>.

---

<sup>28</sup> Cf. Papa Francisco, *Gaudete et exultate*, n. 11.

<sup>29</sup> Cf. Tiago Alberione, *Apostolado das Edições*, nn. 33-37.

<sup>30</sup> Cf. *Ibidem*, nn. 64-71.

<sup>31</sup> Cf. Valdir José de Castro, *Apóstolos comunicadores para uma cultura do encontro. Carta anual (2018)*.

<sup>32</sup> Alguns autores – como por exemplo F. Ceretti e M. Padula in *Umanità mediale* (Edizioni ETS, 2016) – falam hoje de “meducação”, educar os media partindo do pressuposto que “os media somos nós”. Nesta perspectiva de educação medial aquilo que propriamente é educado é a humanidade enquanto medial. Isto implica uma reflexão sobre o ser humano no seu desenvolvimento como “ser medial”, isto é, o educar e o educar-se com, aos e nos media, superando a reflexão sobre os media enquanto apenas instrumentos, conteúdos e ambientes educativos (perspectiva típica da chamada “media education”).

<sup>33</sup> Cf. Prioridade 1.2 do X Capítulo geral.

<sup>34</sup> Cf. Prioridade 1.1 do X Capítulo geral.

<sup>35</sup> Tiago Alberione, *Mihi Vivere Christus Est*, op. cit., n. 84.

<sup>36</sup> Tiago Alberione, *Per un rinnovamento spirituale*, op. cit., p. 102.



*Aprovado pelo Governo geral no dia 5 de junho de 2018*