

Pablo, modelo de comunicador

Danilo Medina Leguizamón

Presupuestos

Antes de considerar a Pablo bajo la perspectiva del pionero de la comunicación cristiana, conviene tener en cuenta al menos dos presupuestos fundamentales:

a) Dios es comunicación: precisamente esta es la constatación primera que hacemos al leer la historia de la salvación en clave de fe. La creación misma es el primer acto comunicativo de Dios hacia la humanidad (*cf.* Heb 1,1ss). Todo el resto de la actividad salvífica de Dios, hasta el momento culminante de la encarnación de la Palabra (*cf.* Jn 1,1-18) puede ser interpretado como una sucesión de verdaderas comunicaciones de Dios. Más aún, la Trinidad misma, en cuanto podemos comprender de su misterio, puede ser entendida como la más plena y perfecta comunicación.

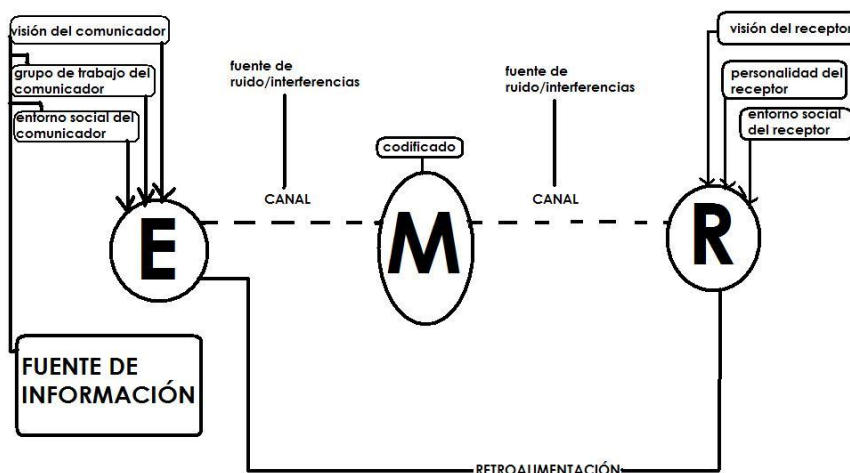
b) Pablo es un proyecto integral: Con frecuencia diseccionamos mucho la figura de Pablo, y lo consideramos en facetas diversas, como casillas separadas, que en realidad debieran ser vistas en su unidad: el Pablo de la conversión, el Pablo de los viajes misioneros, el Pablo fundador de comunidades cristianas, el Pablo escritor de cartas, el Pablo que envía delegados y emisarios a sus comunidades, el Pablo teólogo, el Pablo pastor, etc. Todos esos rasgos típicos de Pablo forman un conjunto armónico que se entiende desde la perspectiva de un proyecto unitario de evangelización. Fue su experiencia de gratuidad lo que produjo su conversión, su sensibilidad pastoral, su calidad de fundador, escritor, comunicador, animador, teólogo, padre y madre de las comunidades, etc.

Pablo Comunicador

La obra evangelizadora de Pablo se entiende toda ella como una auténtica actividad comunicativa. La escritura de las cartas (los primeros escritos de todo el Nuevo Testamento) no es el fruto de la pretensión literaria, ni siquiera teológica del Apóstol, sino que dichas cartas brotan del deseo de Pablo de anunciarles el Evangelio, de comunicar a todos los pueblos, especialmente a los no judíos o paganos, la Buena Noticia, como un mensaje vivo con poder salvador. Cristo crucificado-resucitado, que fue el núcleo esencial del anuncio paulino, es aquella Buena Nueva que libera, que transforma, que salva y que da sentido a la vida del creyente, como ya le había dado nuevo sentido a la vida misma de Pablo (1Cor 1,24).

Desde esta perspectiva es posible, ahora sí, entender la infatigable actividad misionera y apostólica de Pablo como verdadera comunicación. Pues no sólo sus cartas son comunicación, sino que en él todo es comunicación evangelizadora.

Consideremos el esquema general (figura 1.1) que recoge los elementos propios del proceso de comunicación interpersonal, para aplicarlo luego a la vida y obra de Pablo:



a) **Fuente:** La fuente de la cual Pablo obtiene los contenidos de evangelización puede entenderse como múltiple; de hecho, allí debemos ubicar tanto las tradiciones que circulaban ya en ese tiempo en las comunidades cristianas, que contenían pequeños credos o himnos cristianos, asimismo, su propia formación en las Sagradas Escrituras seguramente le sirvió de inspiración para su actividad evangelizadora, e incluso Pablo habla de haber recibido algunas informaciones por revelación directa del Señor (*cfr.* 1Cor 11,23ss; 15,1-11). La formación cultural en su doble vertiente (judía y grecorromana) está también a la fuente de su obra comunicativa del Evangelio.

Una elemento considerable es reconocer que Dios es la fuente primera y fundamental del Evangelio paulino, que es obviamente el Evangelio cristiano (*cfr.* Gál 1,11-12).

b) **Emisor/Comunicador:** el comunicador es Pablo mismo; de hecho él se siente elegido y designado por Dios para ser apóstol, para anunciar al mundo el Evangelio. No puede callar aquello que ha experimentado en carne propia de la salvación gratuita que Dios ofrece a la humanidad, en su Hijo Jesús, muerto y resucitado (*cfr.* Gál 1,6-10). Todo el mundo debe recibir esta Buena Noticia, y él entrega su vida a este servicio de predicación y comunicación, pues “la fe nace de la predicación y lo que se proclama es el mensaje de Cristo” (*cfr.* Rm 10,17).

Es imposible desconocer, sin embargo, que el protagonismo de Pablo en esta tarea comunicativa, está en último término, pues en la evangelización paulina es Dios el verdadero comunicador y Pablo un intermediario y colaborador (*cfr.* 1Cor 3,4-9; 4,1-2).

c) **Canal:** Los canales de comunicación usados por Pablo para anunciar a Cristo son variados y complementarios entre sí. Efectivamente, Pablo recurre a muchas estrategias misioneras como *los viajes*, con los cuales garantiza contacto directo con sus destinatarios; *las cartas*, que le sirven para animar, corregir, aclarar temas de doctrina, fundamentar la fe de sus comunidades; pero también les envía a *sus emisarios* o representantes, como Tito y Timoteo, que prolongan la obra evangelizadora, llevan y traen noticias y cartas, etc.

d) **Mensaje:** Este es uno de los temas más importantes de la actividad comunicativa de Pablo, ya que para él es muy claro que el mensaje que anuncia no es una teoría más, como las tantas ideologías o filosofías que enseñaban los charlatanes del momento (*cfr.*

Hch 17,18-21); su anuncio es una Persona, y no cualquier persona, sino aquella que es la Palabra por excelencia (*cfr.* Jn 1,1ss), el Hijo de Dios (*cfr.* Filp 3,8).

e) Código: Como buen maestro judío, Pablo había aprendido el arte de la oratoria, y sabía expresarse tanto en ambientes helenísticos como judíos. Sabía manejar el código adecuado a las características y circunstancias propias de su audiencia. Y esto lo aplicó seguramente a la comunicación del Evangelio. Así como Jesús usó códigos comunicativos de fácil comprensión en los medios rurales palestinos, Pablo se expresa en códigos apropiados a la cultura y mentalidad de los ambientes urbanos grecorromanos; así por ejemplo, mientras Jesús usaba parábolas muy sencillas para enseñar, y hacía uso de imágenes campesinas como la semilla, el sembrador, el lirio y las flores, las plantas y hortalizas, las aves del cielo, etc., el apóstol Pablo se sirve de recursos literarios e imágenes propios del nivel cultural cosmopolita en el cual viven los destinatarios de su misión: pruebas olímpicas, competiciones atléticas, filósofos y poetas, lucha libre y pugilato, areópago, paradas militares y gimnasios. Usó el vocabulario acorde a la sensibilidad, capacidades y situaciones de sus perceptores. Y sin embargo, era un lenguaje con grande variedad de tonos y estilos, según la necesidad y el propósito (ternura, indignación, polémica, ironía, apología, etc.).

f) Contexto: Muy relacionado con el tema anterior, Pablo tuvo también un respeto particular hacia los contextos en los cuales comunicaba: no era lo mismo escribirles o hablarles a los Corintios, con la compleja situación interna y del ambiente circundante en el que se encontraban, que hablarles o escribirles a los Filipenses, o a los Romanos, o a alguno de sus cercanos colaboradores, etc. Un ejercicio que resultaría muy interesante en este sentido, sería hacer una comparación, en términos de comunicación, del discurso de Pablo en la sinagoga de Antioquia de Pisidia (Hch 13,13-43), con su discurso en el areópago (Hch 17,18-34). Aunque en ambos casos anuncia lo mismo: Cristo muerto y resucitado, porque no puede haber otro Evangelio, la manera de presentarlo y los recursos literarios y argumentativos son muy distintos, precisamente porque no es lo mismo hablar en el contexto de una sinagoga para judíos, que hablar a gente imbuida de filosofía y culto a la razón en el areópago ateniense, cuna de importantes escuelas filosóficas.

g) Ruidos: en la comunicación, los ruidos son aquellas realidades físicas o psicológicas que impiden u obstaculizan la correcta recepción del mensaje por parte del perceptor. En la comunicación evangelizadora de Pablo hubo, ciertamente, muchos ruidos, empezando por las mentalidades de sus destinatarios (fanatismo y legalismo, en el caso de los judíos, o sincretismo y hedonismo, en el caso de los paganos). También las campañas de descrédito y persecución en su contra por parte de los judaizantes, fueron ruidos en la comunicación, toda vez que ponían en tela de juicio la validez e integridad del Evangelio predicado por Pablo, al que los judaizantes juzgaban de mutilado e incompleto, por no incluir la circuncisión y los demás preceptos de la Ley (*cfr.* 2Cor 11, 23-33).

h) Receptor/Perceptor: nos referimos concretamente a los destinatarios del anuncio evangelizador de Pablo. En la perspectiva del mismo apóstol, se trata de los paganos. Si bien es cierto que en Jerusalén los apóstoles le pidieron no descuidar a los propios de su raza, es decir a los judíos, y de hecho él, en sus viajes comenzaba la actividad evangelizadora dirigiéndose a los judíos del lugar en sus sinagogas, desde el encuentro con Cristo Resucitado en el camino hacia Damasco, Pablo supo que había sido elegido por designio para anunciar el Evangelio a los paganos o gentiles (*cfr.* Hch 9,15), y en todas sus cartas él reivindica para sí el título de apóstol de los gentiles, no como fuente de privilegios

o prebendas, sino como grande tarea y responsabilidad de la cual debe dar cuenta ante el Señor.

i) Retroalimentación: en la actividad de evangelización y comunicación de Pablo, no hubo un simple proceso de *información*; muchos datos nos permiten concluir que sí existió la retroalimentación por parte de sus destinatarios: algunas veces a manera de cartas (como, por ejemplo, los Corintios, que escriben a su vez cartas al Apóstol: *cfr.* 1Cor 5,9), otras veces pidiéndole explicaciones o enviándole noticias a través de sus emisarios (*cfr.* 1Tes 3,1-6), y otras veces, la mayoría de ellas, con actitudes, que eran precisamente las que Pablo más deseaba y esperaba; es decir actitudes de conversión a Cristo y de vivencia del Evangelio cristiano.

Según lo anteriormente expuesto de modo muy sucinto, es posible afirmar que la actividad misionera y evangelizadora del apóstol Pablo fue una verdadera y completa comunicación; y no cualquier tipo de comunicación, sino comunicación que buscaba hacer mejores a las personas a la luz de la fe en Cristo, e incidir en los pueblos y sociedades para crear ambientes de paz y justicia, según la verdad del Evangelio por él predicado. La comunicación a través de sus cartas se enriquecía siempre con el contacto y el encuentro personal; de hecho, su propósito era comunicar más que verdades, dones y carismas espirituales, y compartir con sus destinatarios y hermanos el gozo de la mutua fe (*cfr.* Rm 1,11-12).

Aspectos Pastorales del Modelo paulino de comunicación

Las múltiples estrategias pastorales asumidas por Pablo en su empeño de comunicar el Evangelio buscaban todas ellas crear comunidades que no sólo vivieran con suficiente coherencia el amor fraterno, la misericordia, la comunión y la solidaridad al interno de sí mismas, sino que al mismo tiempo tuvieran proyección *ad extra*, convirtiéndose en promotoras y animadoras de nuevas comunidades cristianas.

Esa proyección hacia fuera no debería ser sólo de índole religiosa-evangelizadora. Se trataba de un valor que descendía a los ámbitos humanos elementales como el de la solidaridad hacia los más pobres. De hecho, Pablo mismo lideró una verdadera campaña de solidaridad, motivando en sus comunidades de Asia Menor y Grecia la generosidad material a favor de los pobres de la iglesia madre de Jerusalén (*cfr.* 1Cor 16,1-4; 2Cor 8-9).

Podemos afirmar, sin lugar a equivocarnos, que las comunidades cristianas fundadas o animadas por el empeño pastoral de Pablo y su equipo de colaboradores, fueron verdaderos centros de misericordia, promotores de paz, de justicia y de solidaridad en los contextos urbanos en los cuales se insertaban y vivían. Además, dichas comunidades sabían estar en diálogo con la sociedad, pues no creaban *ghettos* herméticamente cerrados al mundo; al contrario, defendían su identidad propia y sus valores característicos cristianos, con los cuales daban testimonio de su fe en medio de las ciudades. Precisamente este sería uno de los grandes desafíos actuales por cuanto se refiere a la pastoral urbana.

Ejercicios de profundización

Se proponen los siguientes ejercicios para trabajar ya sea personalmente o en grupos el tema de la comunicación, a partir de algunos textos paulinos:

- a) Descubrir en 1Cor 4,14-21 los elementos significativos en perspectiva de comunicación.
- b) Analizar la identidad de los destinatarios y la manera como los entiende y los compromete Pablo en la situación, en 1Cor 1,1-9.

c) Descubrir en Rm 10,5-21 los elementos que tengan relación con la comunicación, la misión y la espiritualidad.

Un texto modelo: 1Tes 2,1-20

El texto de 1Tes 2,1-20 es un modelo que devela la capacidad evangelizadora y comunicativa del apóstol Pablo en la comunidad cristiana de Tesalónica, fundada por él durante su segundo viaje misionero. Se trata de un texto cuya riqueza interna está en perspectiva de una verdadera comunicación humana. Además, se trasciende y se proyecta al ámbito espiritual, pues quien toma en definitiva la iniciativa y garantiza el éxito de este proceso comunicativo es Dios mismo.

Acerca del autor

Danilo Antonio Medina Leguizamón es sacerdote y miembro de la Sociedad de San Pablo (Provincia de Colombia-Ecuador-Panamá). Realizó sus estudios en el Instituto Bíblico de Roma. Es autor de varias obras y una veintena de artículos en revistas especializadas. Actualmente coordina el Proyecto Bíblico San Pablo para Latinoamérica.

Reproducido con autorización de: www.vidapastoral.com