

I Encuentro de Juniores Paulinos Latinoamericanos La misión paulina en la comunicación del tercer milenio

São Paulo (Brasil), 13-24 de julio de 2009

La identidad del Carisma Paulino

Introducción del P. Silvio Sassi, Superior General

El carisma paulino se caracteriza por **cuatro componentes principales**: es verdadera evangelización; es evangelización con el Evangelio de Pablo; es un proyecto completo de evangelización; es evangelización con espíritu pastoral.

1. El P. Alberione, elaborando a la luz del Espíritu y de los consejos de personas competentes, es consciente de no ser el primero que en la Iglesia ha querido utilizar la prensa como instrumento para la difusión de la fe. No fue el primero en considerar la prensa como un “**instrumento**” para la fe, pero lo ha sido en pensar y plantear un carisma que lleva a cabo una “**verdadera evangelización**” por medio de la prensa.

La distinción que hizo el P. Alberione entre “**prensa buena**” y “**buena prensa**” consiste en que la primera es solamente un instrumento editorial y la segunda es el ejercicio de un “sacerdocio”. La diferencia entre un uso “**instrumental**” de la comunicación y la obra de una verdadera “**evangelización**” constituye todavía hoy en la comunidad eclesial la expresión de dos visiones teológicas diversas.

La síntesis del carisma paulino pensado por el P. Alberione es: “La predicación escrita junto a la predicación oral”. Hay que subrayar “junto a” porque expresa la presencia de dos formas auténticas y autónomas, pero complementarias. Desde el comienzo el P. Alberione describe **una equivalencia**: los fieles de la parroquia territorial y los fieles lectores de la buena prensa; la campana de la iglesia y la campana de “papel”; el púlpito de la iglesia y el púlpito de “papel”; la predicación oral y la predicación a través del “papel”; dogma, moral y culto en la vida de la parroquia y dogma, moral y culto en el apostolado de la prensa. Esta convicción explica porqué el P. Alberione habla de sala de redacción, de tipografía y de librería como de una iglesia donde a través del púlpito de la prensa se lleva a cabo una actividad sacerdotal para la fe.

Quienes no pensaban como el P. Alberione o lo criticaban y quienes dudaban y todavía dudan acerca de esta genial institución, se sirven de distintos argumentos. Todos se interrogan acerca del significado del carisma paulino que puede ser expresado en estos términos: se puede ofrecer **todo el Cristo** (dogma, moral y culto) a **todo el hombre** (mente, voluntad y corazón) y a **todos los hombres** (masas, hombres de cultura, creyentes en Cristo, fieles de otras religiones, gnósticos, ateos, indiferentes). La evangelización del carisma paulino se funda sobre la certeza que es posible “dar a Dios a las almas y dar las almas a Dios” por medio de la prensa, los medios de comunicación, la comunicación multimedial y en red.

Es parte de la evangelización del carisma paulino “**hablar de todo cristianamente**” porque la totalidad de la vida individual y social no es la de un ángel, sino de hombres que viven en la historia. Entre todas las realidades terrenales, el carisma paulino es sensible de modo especial al **complejo fenómeno de la comunicación** en el que se compromete ya sea a nivel de realidad social ya sea como oportunidad para evangelizar.

En estos días de reflexión es muy útil que ustedes tomen conciencia de las objeciones que se hacen a esta certeza del carisma paulino desde distintos puntos de vista por parte de teólogos, liturgistas, moralistas, canonistas, pastoralistas, clero, compañeros de estudio, amigos y personas que se cuestionan acerca de la opción de vida de ustedes. Las preguntas que les hacen, son preguntas referentes a la identidad del carisma paulino.

2. El carisma paulino hace referencia a **San Pablo**. Todos los testimonios y la enseñanza del P. Alberione acerca de la relación entre necesidad de evangelizar con la prensa y San Pablo han encontrado en la celebración del Año Paulino recientemente concluido y en la celebración del Seminario internacional sobre San Pablo, ocasiones recientes para tomar de nuevo en consideración y meditarlas con el fin de profundizar la identidad del carisma paulino. **Entre más se profundiza a San Pablo más se profundiza la identidad del carisma que de él toma el nombre.**

Al observar que la referencia a San Pablo ha sido indispensable para el nacimiento del carisma paulino, se toma mayor conciencia de cómo el Apóstol debe permanecer como el constante modelo para vivir y renovar nuestro carisma. No tenemos a San Pablo como un simple “**protector**” que se invoca con una jaculatoria, sino el “**modelo**” que nos ayuda a vivir nuestra experiencia personal y comunitaria de fe y para la misión de evangelizar en la comunicación.

Todas las cuatro ruedas del “carro paulino” han sido inspiradas por San Pablo: no sólo la espiritualidad, sino también la formación, el apostolado y la vida comunitaria. Si limitamos a San Pablo solo al campo de la espiritualidad, el carisma “paulino” no podría ser parangonado al “carro paulino”.

En estos días de reflexión podemos verificar si todos los elementos de nuestra vida se inspiran en San Pablo, o en cambio, tenemos “modelos” diversos para la espiritualidad, la formación, el apostolado y la vida comunitaria obteniendo como resultado una verdadera fragmentación por no decir oposición o esquizofrenia.

3. Es parcial identificar toda la obra del P. Alberione y la identidad del carisma paulino con “usar los medios de comunicación”. El P. Alberione ha elegido “medios de

comunicación”, pero para realizar la misión del carisma paulino ha tenido que pensar en todos los elementos de un **“proyecto completo de nueva evangelización”**; ha iniciado con los **destinatarios** (las masas que desertan de las iglesias y los hombres de cultura que influyen sobre las multitudes con valores contrarios a la fe), ha individuado el **medio** (la prensa), ha elegido los **contenidos del mensaje** (el Cristo integral a la totalidad de la persona y a todos los hombres), pensó en el **mensajero** (persona y comunidad), se preocupó por individuar una “preparación profesional” del mensajero (una formación y una espiritualidad adecuadas).

Traduciendo todos los elementos de la obra de evangelización a las categorías de un proceso de comunicación, se puede observar cómo el P. Alberione pensó y vivió la certeza tantas veces repetida por la comunidad eclesial de hoy y, en particular por las Conferencias generales del CELAM, que **“la evangelización es comunicación”**.

Es de notar y subrayar que si es cierto que desde un punto de vista apostólico el asimilar la invitación de Cristo: *“Vengan todos a mí”* (Mt 11,28) fue el punto de partida para la elaboración del carisma paulino, es igualmente cierto que la formulación del proyecto integral de nueva evangelización del P. Alberione inicia por los destinatarios que quiere evangelizar. **La razón inicial es teológica, la realización es pastoral; la motivación es de carácter religioso, pero la realización se lleva a cabo como proceso comunicativo.**

En las reflexiones de estos días se puede también considerar la relación que debe existir en todos los componentes del carisma paulino. Según ustedes existe dicotomía o incompatibilidad entre **“contemplación”** y **“acción”**? ¿Existe sinergia? ¿Hay una finalidad? ¿Qué quiere decir **“la espiritualidad es para la misión”** en el carisma paulino? Para realizar un **proyecto de actualización** del carisma paulino, ¿desde dónde se puede iniciar para elaborar hoy un proyecto integral de nueva evangelización en la época de la comunicación en red?

4. Pensando en el futuro del carisma paulino, el P. Alberione nos ha dejado como herencia la tarea de valorizar siempre **“los medios más rápidos y eficaces que el progreso vaya inventando”**. Además refiriéndose al carisma paulino en toda su integralidad ha asegurado que en las Constituciones hay artículos que no permiten al carisma paulino **“envejecer ni convertirse en algo inútil para la sociedad”** (AD 130).

Esta “juventud” permanente del carisma paulino se debe a su carácter **“pastoral”**, como su modelo San Pablo quien estuvo siempre preocupado por **“hacerse todo a todos para salvar a toda costa a algunos”** (1Cor 9,22). La finalidad de nuestro carisma es **“salvar a los hombres de hoy con los medios de hoy”**, no salvar a los hombres de ayer con los medios de ayer.

El carisma paulino está ligado a los cambios de la historia: cambios en la comunicación, en la cultura, en la sociedad, en las personas, en la Iglesia, en la evangelización, en la Congregación y en la Familia Paulina. Se trata por tanto de un **carisma flexible**, nómada, que es siempre contemporáneo de los destinatarios de su época, móvil y con mecanismos de autorregulación y con capacidad para una constante adaptación al ambiente.

En las previsiones pastorales del P. Alberione no se podía imaginar que los cambios no hubieran sido solo de **tecnologías** de la comunicación, como durante su existencia (desde la prensa hasta el nacimiento progresivo de los medios de comunicación), sino también de la **fisonomía** misma de la comunicación, que de simple **conjunto de tec-**

nologías, ha llegado a ser un **fenómeno complejo** que constituye una cultura y hoy un verdadero proyecto de existencia para el individuo y la comunidad en red.

La evolución total de la comunicación, acompañada por los cambios en la sociedad y en la Iglesia, requieren un **replanteamiento** de todos los componentes del carisma paulino como ha solicitado el **Seminario internacional sobre la actualización del carisma paulino**. En este momento la Congregación dispone de las **reflexiones necesarias** para elaborar un **“proyecto integral de nueva evangelización”**: los cambios en la comunicación, la evolución de los estudios sobre San Pablo, los cambios en la reflexión de la Iglesia, en particular en el magisterio sobre la comunicación, un conocimiento más profundo del método de elaboración del carisma utilizado por el P. Alberione (Opera omnia e investigaciones específicas) y una documentación exacta sobre el estado de la Congregación presente en los cinco continentes.

En estos días es necesario que ustedes, como generación joven de la Congregación, reflexionen para lograr tener un exacto conocimiento de lo que significa “una fidelidad creativa”: conocimiento del pasado para inventar el futuro de modo original. Ustedes deben llegar a identificar los elementos mutables e inmutables del carisma paulino, sin arriesgar un cambio de identidad en una fisiónomía indefinida.

São Paulo (Brasil), lunes 13 de julio de 2009

P. Silvio Sassi, SSP
Superior General