



SOCIEDAD DE SAN PABLO

SAN PAOLO

**BOLETÍN OFICIAL INTERNO
DE LA SOCIEDAD DE SAN PABLO**

**EVANGELIZAR EN LA COMUNICACIÓN
CON LA COMUNICACIÓN**

“Reaviva el don que has recibido”

La fidelidad creativa a cien años del carisma paulino

Carta del Superior general

Boletín oficial interno de la Sociedad de San Pablo,
publicado sólo en Internet:
<http://www.paulus.net>

© Sociedad de San Pablo, Casa General, Roma 2014



SOCIEDAD DE SAN PABLO

EVANGELIZAR EN LA COMUNICACIÓN CON LA COMUNICACIÓN

Queridos hermanos:

De acuerdo con la **línea operativa 3.3.1** del IX Capítulo general, en el año **centenario** del nacimiento del carisma paulino propongo la lectura y la actualización de *Apostolado de la Prensa [Apostolato Stampa (=AS)]*,¹ una publicación que el Primer Maestro considera un «**manual directivo de formación y de apostolado**» para la Sociedad de San Pablo y para las Hijas de San Pablo.

He elegido la primera redacción de este texto (1933) porque las ediciones sucesivas (*El Apostolado de la Edición, 1944; El Apostolado de las Ediciones, 1950 y 1955*), aun reflejando los **mismos contenidos esenciales**, incorporan también aportes de Paulinos y Paulinas, aunque siempre bajo la atenta vigilancia del Fundador, que los aprobó tras meticulosas correcciones y personales integraciones.

La lectura de AS, superando las dificultades del escrito, de la disposición de los temas y del modo de tratar los argumentos, permite captar la **fuerza del carisma paulino**: todo es del Primer Maestro, de propia mano. Recogiendo de forma más sistemática cuanto había ya tratado de modo episódico los años precedentes en artículos publicados en *Unión Cooperadores de la Buena Prensa, Vida Pastoral y Gazzetta d'Alba*, quiso poner los **fundamentos de pensamiento** a su incansable empuje práctico.

Capítulo tras capítulo, la lectura de AS hace gustar la “**novedad**” del carisma paulino, descrito como una «**nueva forma de evangelización**» porque, con los cambios históricos de época, la misión de la **parroquia territorial** y del **párroco con sus feligreses**, ya no era suficiente para alcanzar a las masas alejadas de la fe. En esta visual apostólica, la prensa es “verdadera” evangelización, completa y de igual dignidad que la evangelización del ministerio parroquial: «**la predicación escrita junto a la predicación oral**».

Tras cien años de existencia, el carisma paulino, hecho brotar y crecer por el Espíritu en el P. Alberione gracias a la asimilación de la **invitación de Cristo**: «*Venid todos a mí*» (Mt 11,28) y a la **sensibilidad pastoral** ante el contexto histórico de su tiempo, se mantiene joven en la medida en que la actualización, en teoría y en la práctica, es el resultado de una fidelidad creativa.

El futuro “joven” del carisma paulino está confiado a **todos los miembros** de las diez Instituciones que componen la Familia Paulina, que sepan poner en común el aporte de individuos y comunidades de las **Congregaciones**, de los **Institutos paulinos de vida secular consagrada** y de la **Asociación Cooperadores Paulinos**, valorando la experiencia progresiva de una fe misionera y la observación documentada de los cambios históricos en los que se desenvuelve el carisma paulino. Tras el ejemplo

¹ Sac. Alberione S.S.P., *Apostolato Stampa* [Apostolado de la Prensa], Alba, Pía Sociedad de San Pablo, 1933.

del beato Santiago Alberione, el carisma paulino se actualiza **uniendo de modo inseparable** el «*No soy yo quien vive, es Cristo quien vive en mí*» (Gál 2,20) con «*Me he hecho todo para todos*» (1Cor 9,22) para llevar el Evangelio al pueblo de la comunicación.

1. Proyecto integral de nueva evangelización

1.1. Desde la experiencia espiritual determinante de la noche de paso entre 1900 y 1901, el P. Alberione se **orientó decididamente** «a prepararse a hacer algo por el Señor y por los hombres del nuevo siglo, con quienes habría de vivir» (AD 15),² y «se sintió obligado a servir a la Iglesia, a los hombres del nuevo siglo y a trabajar con otros en organización» (Ib. 20).

Habiendo ya contribuido a un cambio en la “**pastoral**” del sacerdote diocesano con sus lecciones en el Seminario y con dos libros, *Apuntes de teología pastoral* (1912 y 1915)³ y *La mujer asociada al celo sacerdotal* (1915),⁴ se dedica ahora completamente a un **proyecto integral de nueva evangelización con la prensa**, y lo presenta en una primera formulación en el volumen *Apostolado de la Prensa* (AS) publicado en 1933.

El libro está subdividido en 29 breves capítulos que tratan sucesivamente de los siguientes **argumentos**: el **Apostolado de la prensa** (qué es - objeto - origen - características - preparación - ministro - los católicos - el trabajo); la **espiritualidad del apóstol de la prensa** (la Virgen María - la santa Misa - la visita eucarística - la comunión); **algunas iniciativas** (ilustraciones - boletín parroquial - biblioteca parroquial); **los destinatarios** (principiantes - proficientes - perfectos); **las actividades** (redacción - propaganda - culto de la Sagrada Escritura - los religiosos - los pecados de la prensa - fiesta del Divino Maestro - la Biblia y el Apostolado de la prensa - la propaganda y el Apostolado de la prensa); conclusión (la **Sociedad de San Pablo** y el Apostolado de la prensa).

1.2. Diversos contenidos tratados en AS de modo más sistemático habían sido **anticipados** de forma ocasional por el propio P. Alberione en *Unión Cooperadores de la Buena Prensa* (1918-1927), *Gazzetta d’Alba* (1932), *Vida Pastoral* (1931s) y en clases a los clérigos paulinos, de lo que encontramos pruebas en el *Diario* del beato Timoteo Giaccardo e, indirectamente, también en la correspondencia del P. Alberione recogida por el P. Giancarlo Rocca en *La formación de la Pía Sociedad de San Pablo (1914-1927)*.⁵

De una declaración escrita por la Hna. Luigina Borrano (21.07.1983), sabemos que «en los años 1933-1938 el Primer Maestro dio un largo curso de lecciones sobre el apostolado paulino a veinte Hijas de San Pablo, las primeras de la Congregación que hicieron estudios superiores de ciencias religiosas. En dicho curso de apostolado él desarrolló personalmente la materia contenida en el libro *Apostolado de la Prensa* y

² *Abundantes divitiæ gratiæ suæ*, preparado por A. Colacrai ssp y Eliseo Sgarbossa ssp, SSP-Casa general, Roma, 1998.

³ *Apuntes de teología pastoral*, preparado por Virginia Odorizzi hjbp y A. Colacrai ssp, Cinisello Balsamo, 2002.

⁴ *La mujer asociada al celo sacerdotal*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2001; 2008².

⁵ Giancarlo Rocca, *La formazione della Pia Società San Paolo (1914-1927)*. Apuntes y documentos para una historia, Roma 1982.

añadió muchas lecciones sobre la redacción, la propaganda, el cine y la radio. No habló de televisión ni de los otros medios menores porque entonces en Italia aún no existían».

La Hna. Luigina presentó al P. Alberione el libro *AS*, integrado con los apuntes tomados en ese curso del Primer Maestro a las Hijas de San Pablo, y él, tras haberlo leído y corregido, sugirió enviar el texto al P. Timoteo Giaccardo pidiéndole un atento examen y posibles añadidos y, para la revisión final, confiárselo al P. Attilio Tempra. En 1944, bajo las siglas G.D.P.H. (*Gloria Deo, pax hominibus*), se publica *El Apostolado de la Edición*, con el subtítulo: *Manual directivo de formación y de apostolado*.

Aunque el P. Santiago Alberione no figure como autor, no hay duda de que todo el contenido del volumen, tanto en la parte retomada de *Apostolado de la Prensa* como en la parte inédita, pertenece a su pensamiento o, de todos modos, aunque haya aportes de otros autores, está por él analizado y aprobado, como por ejemplo el capítulo VI (*El método en el apostolado de la edición*, cfr. 1ª parte, 1ª sección, nn. 38-46), escrito por el P. Giovanni Pelliccia y la Hna. Luigina Borrano; capítulo que, además, en las sucesivas ediciones será revisado y abreviado para redactarlo en forma armoniosa con los demás contenidos.

El Apostolado de la Edición está dividido en dos partes: **primera**, el apostolado (6 capítulos) y el apóstol (13 capítulos); **segunda**, el apostolado de la prensa (en práctica 39 capítulos, si bien figuran 38, pues por error tipográfico se repite el capítulo XXVI); el apostolado del cinematógrafo (4 capítulos) y el apostolado de la radio (1 capítulo). Respecto al *Apostolado de la Prensa*, a parte la subdivisión más clara de los argumentos tratados, se desarrolla con mayor amplitud precisamente el Apostolado de la prensa y **se añaden** el apostolado del cine y de la radio.

1.3. En **1950** sale una segunda edición del libro *El Apostolado de la Edición* con ligeras modificaciones (al capítulo VI, del que ya hablamos) y alguna integración (por ejemplo, el discurso de Pío XII sobre el cine –14 de julio de 1945–, y el discurso sobre la radio –3 de octubre de 1947–) y, sobre todo, tiene el **título en plural**: *El Apostolado de las Ediciones*; la subdivisión en partes y capítulos es idéntica a la edición precedente.

1.4. En **1955** se publica la tercera edición que retoma el título *El Apostolado de la Edición*, figurando como autor Sac. Teol. G. Alberione y dejando invariada la división de la materia. Se añaden, sobre todo en el cine, la radio y la conclusión, algunos párrafos de documentos eclesiales; en particular, se inserta un capítulo sobre el apostolado del cine (*El ejercicio práctico del apostolado del cine*) y una ampliación final con un capítulo dedicado a *El apostolado de la televisión*.

De la edición de 1933 (*Apostolado de la Prensa*) a la de 1955 (*El Apostolado de la Edición*), el Primer Maestro trabajó y vigiló sobre los aportes solicitados a Paulinos y Paulinas para este texto importante, pues él lo consideraba como *Manual directivo de formación y de apostolado* para la Sociedad de San Pablo y para las Hijas de San Pablo, constituyendo la elaboración teórico-práctica de su *proyecto global de nueva evangelización, primero con la prensa y luego con el cine, la radio y la televisión*.

En **1961** el P. Alberione graba el **primer disco** editado por la Sociedad de San Pablo y seguirá prestando su voz para la serie completa de sus *Comentarios a los evangelios festivos*; luego, en **1963**, confía el **apostolado de los discos** a la comunidad de las vocaciones adultas de Albano Laziale.

En el pensamiento del Primer Maestro, la evangelización con la prensa y con los demás *mass media* requiere unir a la experiencia religiosa una **competencia profesional** en comunicación: «Nuestro apostolado exige la ciencia. Primero la ciencia común, luego la ciencia de los medios de comunicación: por tanto hemos de llegar a la redacción no sólo de los libros y revistas, sino también en los otros campos de nuestro apostolado, como la preparación de películas, de programas para la radio, la televisión, el disco, etc.»⁶

Teniendo en cuenta la naturaleza particular del apostolado, el P. Alberione, con vistas al primer Capítulo general (1957) afirma: «Hay que preparar para la redacción a los aspirantes desde los primerísimos años en cuanto a la forma, el contenido, la lengua nacional. El Instituto, por diversas razones, apunta a tener sus propios estudios académicos. El año de pastoral es la iniciación a la redacción y al ministerio».⁷

El **Capítulo general especial 1969-1971** decidirá realizar este sueño del Primer Maestro, estableciendo la fundación de un “Instituto paulino de altos estudios” para la comunicación social (cfr. *Documentos capitulares*, n. 576), que comenzará con el *Estudio Paulino Internacional de la Comunicación Social* [SPICS] (15 de octubre de 1980).

El texto de las **Constituciones y Directorio**, aprobado el 4 de abril de 1984, inserta plenamente en el apostolado paulino el **compromiso pedagógico en la comunicación**, cuya realización requiere investigación y preparación adecuadas (cfr. art. 74).

Participando en el Concilio Vaticano II, el Primer Maestro tiene el gran gozo de votar la aprobación del decreto conciliar *Inter mirífica* (4 de diciembre de 1963) y de presentarlo a la Sociedad de San Pablo y a toda la Familia Paulina con entusiasmo, como la «máxima aprobación de la actividad paulina».⁸

Todos los documentos del **magisterio ordinario sobre comunicación**, desde el decreto conciliar *Inter mirífica* hasta los mensajes papales para la Jornada mundial de las comunicaciones sociales, vistos en el espíritu de las ediciones sucesivas de *Apostolado de la Prensa*, son una “luz” a valorar para la **actualización del carisma paulino** a los cien años de su nacimiento.

2. Actualización de *Apostolado de la Prensa*

2.1. Metodología de lectura y actualización

2.1.1. Tratando de la formación necesaria para nuestro apostolado, el Primer Maestro, durante el curso extraordinario de ejercicios espirituales en 1960, afirma: «Debemos estudiar los medios audiovisuales. Hay medios que se usan en todos los vocacionarios, pero es preciso conocer los demás. Estúdiese y léase el libro *Apostolado de la Edición*, que está en lengua italiana pero puede traducirse a otras lenguas» (*UPS*, I, 318).⁹ Queriendo el P. Alberione ilustrar de modo articulado toda su obra de fundador y declarándola completada, se refiere explícitamente a *El Apostolado de la Edición* (con toda probabilidad a la edición de 1955) y subraya que debe ser un texto para todos los Paulinos, por lo que ha de traducirse en las varias lenguas.

⁶ *San Paolo*, marzo 1969; cfr. *Carissimi in San Paolo*, preparado por Rosario F. Espósito ssp, Roma 1971, p. 343.

⁷ *San Paolo*, mayo 1957; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 167.

⁸ Cfr. *San Paolo*, diciembre 1963 y marzo 1969; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., pp. 323-324 e p. 342.

⁹ *Ut perfectus sit homo Dei*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 1998.

2.1.2. Para el estudio y la actualización de este importante “**manual de formación y de apostolado**”, aun teniendo presentes las sucesivas ediciones, creo útil valerme de *AS* [*Apostolado de la Prensa*] porque es el texto escrito directa y enteramente por el Primer Maestro, del que se derivan las reelaboraciones sucesivas.

Cada capítulo lo presentaré con un resumen de los *argumentos*, dando cuenta del desarrollo del *pensamiento alberoniano* en los años sucesivos, y con una *actualización* que se nutre del Vaticano II y del magisterio universal posconciliar sobre la evangelización, sobre la comunicación y sobre la vida consagrada.

El **Centro de Espiritualidad Paulina** publicó en la colección *Ópera omnia* la edición crítica de *El Apostolado de la Edición* (1944), preparada por el P. Ángelo Colacrai. Hay traducción en inglés y español; el texto de *AS* no ha sido hasta hoy objeto de una edición crítica ni traducido. Los contenidos de *AS* presentados y actualizados en esta carta pueden encontrarse en *El Apostolado de la Edición* (=AE),¹⁰ aunque con una distribución diferente y la reelaboración antes descrita; por este motivo junto a cada capítulo de *AS* pongo el correspondiente de *AE*.

2.1.3. Es preciso hacer una **precisión** acerca del paso de “**prensa**” a “**edición**” que no es sinónimo de “prensa” sino que debe entenderse como se explica en la *nota 3* de la *Introducción a El Apostolado de la Edición* (p. 38): edición hace referencia al verbo latino “*édere*” (sacar, poner en público), por tanto debe entenderse como la actividad de «sacar de la propia experiencia para poner en público los contenidos de la fe mediante la prensa, el cine y la radio».

2.2. *Qué es el Apostolado de la prensa*

(*AS*, c. I; *AE*, parte primera, primera sección, c. I)

2.2.1. *Argumentos*. El Apostolado de la Prensa es «la predicación de la divina palabra imprimiéndola», es «evangelización necesaria en todo tiempo, en todo lugar, para todo hombre» porque «comunica a los hombres los caminos para unirnos a Dios con la inteligencia, la voluntad, el amor para alcanzar el cielo» (p. 3s).

Dios ha comunicado por medio de los patriarcas, de los profetas, de su Hijo, y continúa comunicando por medio de la Iglesia hasta el final de los tiempos (p. 4).

«Dios habló de viva voz, Dios imprimió sus palabras en papel, pergamino, monumentos antiguos. Es siempre la única y misma verdad; uno y mismo el Autor; uno y mismo el fin; ya se trate de palabra hablada, ya se trate de palabra impresa o escrita» (p. 5).

La Palabra de Dios nos ha llegado mediante la Tradición oral y mediante los 72 libros de la Sagrada Escritura. «Cada hombre puede leer la carta genuina que el Padre celeste ha dirigido a sus hijos. Dios es el primer Escritor, el primer Apóstol de la prensa. Imitemos a Dios. La predicación de viva voz en cierto modo corresponde a la tradición; la predicación por *impresión*, en cierto modo, corresponde a la Sagrada Escritura» (p. 5).

2.2.2. *Pensamiento alberoniano*. El Apostolado de la prensa es evangelización y realiza la misma misión de lo que se hace con la palabra: palabra y escritura son dos formas diversas, pero entrambas completas y eficaces; así se subraya su **equivalencia**.

¹⁰ *El Apostolado de la Edición*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2000.

La prensa y sucesivamente los otros *mass media* y «todos los medios más rápidos y eficaces que se inventarán» no son considerados por el P. Alberione como “**subsidios**” que tienen en la predicación oral su plena valoración. La evangelización, entendida como anuncio de la integralidad de la experiencia de fe (dogma, moral y culto), puede **realizarse en plenitud** también con la prensa, no sólo con la palabra. El lúcido pensamiento del Primer Maestro es la convicción de que **la palabra no tiene la exclusiva ni el monopolio de la evangelización, sino que también con la escritura y la imagen se puede anunciar la totalidad de la experiencia de fe en Cristo.**

Desde los comienzos de la Sociedad de San Pablo, el P. Alberione tuvo que defenderse del cargo, proveniente de ambientes civiles y religiosos o de falsas interpretaciones internas, de haber dado vida a una empresa editorial con finalidades comerciales. La crítica no la rechaza el Fundador con argumentos financieros concernientes a la ganancia económicas que se puede tener echando a andar una actividad editorial, sino con argumentos de **carácter religioso**: «La Congregación estudie el pensamiento y lo edite; ni comerciantes, ni industriales, sino Sociedad de Apóstoles» (*Mihi vivere Christus est*, 185).¹¹

La evangelización con la prensa hace referencia a san Pablo por el **primado** que éste atribuye a la evangelización como **anuncio**: «No me envió Cristo a bautizar, sino a anunciar el Evangelio» (1Cor 1,17) y especifica: «¿Cómo invocarán a aquel en quien no han creído?; ¿cómo creerán en aquel de quien no han oído hablar?; ¿cómo oirán hablar de él sin nadie que anuncie?, y ¿cómo anunciarán si no los envían? Según está escrito: “¡Qué hermosos los pies de los que anuncian la Buena Noticia del bien!”...Así pues, la fe nace del mensaje que se escucha, y la escucha viene a través de la palabra de Cristo» (Rom 10,14-17).

Refiriéndose a la primera carta a los Corintios, el P. Alberione escribe: «“Cristo no me ha mandado a bautizar, sino a predicar”»: queriendo indicar que el oficio de evangelizar precede y supera cualquier otro. ...Sólo el cristiano instruido podrá tener una piedad iluminada y una vida moral».¹²

2.2.3. *Actualización.* La convicción de que la prensa y demás medios sean sólo un importante “**subsidio**” para la evangelización, actuada del todo únicamente en el ministerio parroquial, caracteriza, con raras excepciones, los pronunciamientos del magisterio universal sobre la comunicación hasta el Concilio Vaticano II. El *Inter mirifica*, en cambio, afirma: «La Iglesia católica, fundada por Cristo el Señor para llevar la salvación a todos los hombres y, en consecuencia, urgida por la necesidad de evangelizar, considera que forma parte de su misión predicar el mensaje de salvación, con la ayuda, también, de los medios de comunicación social, y enseñar a los hombres su recto uso» (n. 3).

Lo traducido por «considera parte de su misión», en latín se expresa con «*sui officii partes esse*»; los medios de comunicación constituyen “**parte integrante**” de la evangelización, no son una simple posibilidad que se pueda descuidar o sustituir fácilmente con otras.

La ratificación de tal interpretación está en el n. 13 del mismo decreto: «Por consiguiente, apresúrense los sagrados Pastores a cumplir su misión, ligada estrechamente

¹¹ Cfr. *Viviamo in Cristo Gesù*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2008, p. 220.

¹² Cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 823.

en este campo al deber ordinario de la predicación» (en latín, «*cum ordinario prædicationis officio*»). La comunicación al servicio de la evangelización ya no constituye “**un apostolado extraordinario**”, en el sentido de desacostumbrado y casi excepcional, sino que cae en el campo del apostolado “**ordinario**”.

La instrucción pastoral *Communio et progressio* (23 mayo 1971) subraya el **intercambio fecundo entre los medios de comunicación y la Iglesia: por una parte**, ellos «la ponen al tanto de la mente del hombre actual, al que tiene, por mandato de Dios, que transmitir el mensaje de salvación, con un lenguaje que ellos puedan entender, y a partir de los interrogantes que les preocupan y angustian» (n. 125); **por otra**, en la Iglesia «ahora debe llevarse a cabo la misión apostólica por los más modernos medios e instrumentos. Por lo que no podría considerarse fiel al mandato de Cristo quien desaprovechara las facilidades y oportunidades que estos medios proporcionan para hacer llegar las verdades y preceptos evangélicos a los más posibles» (n. 126).

Considerando «los medios de comunicación parte integrante de la evangelización», el Vaticano II ofrece un aporte de valor a la evangelización en su conjunto pues subraya, para la Iglesia, no sólo el deber de proclamar el Evangelio sino también de tener en cuenta el **contexto histórico** en que se da la evangelización.

La preocupación del Primer Maestro de «evangelizar a los hombres de hoy con los medios de hoy» se enraíza en el dinamismo de una “**puesta al día**” de la fe, que considere los “**signos de los tiempos**”, señalada por Juan XXIII como brújula para el Vaticano II.

Una Iglesia en misión que sea ante todo evangelizada por la **Palabra de Dios** y por la **historia** para poder actuar una evangelización eficaz es el objetivo de la reflexión desarrollada a partir del Vaticano II (en particular *Lumen gentium*, *Gaudium et spes*, *Ad gentes*) y del magisterio papal, especialmente con: *Ecclesiam suam* (Pablo VI, 6.08.1964), *Evangelii nuntiandi* (Pablo VI, 8.12.1975), *Redemptoris missio* (Juan Pablo II, 7.12.1990), *Verbum Domini* (Benedicto XVI, 30.09.2010) y *Evangelii gaudium* (Papa Francisco, 24.11.2013).

2.3. **Objeto del Apostolado de la prensa**

(AS, c. II; AE, parte primera, primera sección, c. II)

2.3.1. *Argumentos*. El objeto del Apostolado de la prensa es triple.

Dogma: «Jesús Maestro se proclamó la *Verdad*, y a los hombres les predicó la verdad. ...Las verdades están expuestas en la *Teología Dogmática*, resumidas en el *Credo*, enseñadas en el *Catecismo*» (p. 6).

Moral: «La moral es el servicio a Dios por medio de la voluntad. El Apostolado de la prensa debe explicar los mandamientos, ...las virtudes, ...Jesús *Camino*... La Iglesia dispone que la segunda parte de la instrucción catequística sea la moral: la misma disposición vale para la instrucción religiosa por medio de la prensa, pues no son más que uno y mismo nutrimento para las almas» (p. 7s).

Culto: «Está constituido por todo el conjunto de actos internos y externos que honran a Dios y transforman nuestra vida en vida divina y nos incorporan a Cristo. ...Los sacramentos, ...los sacramentales, ...las oraciones, ...el año litúrgico, ...la predicación de la Palabra con la viva voz y con la prensa, Jesús *Vida*. ...Esta es la tercera parte de la instrucción religiosa: y por tanto es también la tercera parte del Apostolado de la prensa» (p. 8s).

2.3.2. *Pensamiento alberoniano*. En *Apuntes de teología pastoral*, el P. Alberione describe la religión no como un conjunto separado de verdades que creer, actos litúrgicos que cumplir y leyes morales que observar, sino que presenta estas tres componentes como **una integralidad** que debe formar en las personas “**un estilo de vida**” capaz de unificar la mente, el corazón y la voluntad.

La fe como “**una vida nueva**” es el fruto de la unidad entre dogma, moral y culto. Éstos «son medios, pero el fin consiste en cambiar los pensamientos de humanos en cristianos, al igual que los afectos o las obras de los hombres. Es necesario que el hombre sea cristiano, no solamente por el bautismo, no sólo en la iglesia, sino en casa, en la familia, en la sociedad. A esto tiende esa acción, y es algo que debe tenerse muy en cuenta con el fin de no confundir los medios con el fin y no convertir casi en ridícula una religión que es lo que de más alto podía enseñarnos un Dios que es sabiduría eterna» (n. 82).

Insistiendo en la necesidad de una evangelización actuada en la triple articulación clásica de dogma, moral y culto, el P. Alberione subraya la necesidad de que **converjan en integralidad**, reaccionando al cliché acostumbrado de presentar la religión como un conjunto de verdades que creer (de las cuales sólo la jerarquía eclesiástica es responsable), de ritos litúrgicos que cumplir (por lo general en latín) y de una vida ética reducida a la observancia personal de leyes para salvarse.

2.3.3. *Actualización*. Todo el Concilio Vaticano II tuvo como objetivo trazar el perfil de una religión “**integral**” creando unidad entre los contenidos de la Sagrada Escritura, la reforma de la liturgia y el testimonio de una vida cristiana individual y social.

En la *Evangelii nuntiandi* encontramos una descripción de la **finalidad** de la evangelización: «Evangelizar significa para la Iglesia llevar la Buena Nueva a todos los ambientes de la humanidad y, con su influjo, transformar desde dentro, renovar a la misma humanidad... La finalidad de la evangelización es por consiguiente este cambio interior y, si hubiera que resumirlo en una palabra, lo mejor sería decir que la Iglesia evangeliza cuando, por la sola fuerza divina del Mensaje que proclama, trata de convertir al mismo tiempo la conciencia personal y colectiva de los hombres, la actividad en la que ellos están comprometidos, su vida y ambiente concretos» (n. 18).

2.4. *Origen del Apostolado de la prensa*

(AS, c. III; AE, parte segunda, primera sección, c. I)

2.4.1. *Argumentos*. **El Apostolado de la prensa viene de Dios**: «El Señor en el Antiguo Testamento ordena unas 200 veces escribir. ...Es Él el verdadero Autor del *libro divino*, compuesto de 72 libros, que son como capítulos de un único libro. El *gran libro* es suyo. ...Él ordenó guardarlos. ...Él ordenó leerlos. ...La Iglesia toma en primer lugar de ellos las verdades que nos propone para creer. ...Los evangelistas escriben» (p. 10s).

El Apostolado de la prensa lo adopta la Iglesia como el apostolado-palabra: Las Epístolas del Nuevo Testamento; escriben los Pontífices y los Concilios ecuménicos. ...«La Iglesia se ha reservado el cuidado de cuanto concierne al Apostolado de la prensa, porque cuida el apostolado-palabra». ...Escriben los Doctores de la Iglesia. ...El Código de Derecho canónico regula la impresión de la Biblia y el escribir y dirigir del clero, de los religiosos y de los laicos (cfr. p. 11s).

El Apostolado de la prensa se ha usado universalmente como apostolado-palabra: Escriben los Apologistas, ...los Santos Padres, ...los Doctores de la Iglesia. ...Los Santos, «llena su alma de amor a Dios y a los hombres, usaron no menos la pluma que la palabra cuando la necesidad o las ocasiones lo requerían». ...Con escritos han sido ilustrados todo apostolado y toda obra pía. ...Escribe el clero, escriben los religiosos, los católicos, los adversarios. «En cualquier lugar, sea cual sea el conocimiento o la idea que dar a conocer, todos recurren a la prensa» (p. 13s).

2.4.2. *Pensamiento alberoniano*. Las reflexiones del Primer Maestro sobre los **fundamentos teológicos del Apostolado de la prensa** son, en *AS*, de carácter **histórico**, enumerando a cuantos escribieron y escriben, desde la revelación de Dios al pueblo hebreo hasta los laicos de la Iglesia.

Disponemos también de un texto que interpreta los **fundamentos teológicos del Apostolado de la prensa** relativos a la **evangelización** entendida como **edición** (sacar de sí para dar a los demás): «El Padre celeste, *ab æterno* es el Editor del Hijo. ...El divino Hijo Editor del Evangelio como Maestro Camino, Verdad y Vida. ...El Espíritu Santo es el Autor y el Editor de la Sagrada Escritura. ...María es la Editora del Verbo humanado. ...Edición y Editora es la Iglesia. ...María es asimismo Madre, Maestra y Reina de los Editores y de las ediciones. ...San Pablo: el escritor más prolífico del Nuevo Testamento» (*Vademecum*, n. *919).

2.4.3. *Actualización*. Los primeros intentos de una reflexión para «**pensar la teología en clave de comunicación**» realizados por la exhortación *Communio et progressio*, particularmente cuando se habla de Cristo como «*perfecto modelo de comunicador*» (n. 126), no tuvieron continuación y desarrollo significativo en la reflexión eclesial. El magisterio universal en comunicación ha tratado mayormente sobre la utilidad “**pastoral**” de la comunicación (*Ætatis novæ*, 22.02.1992), los **aspectos éticos** (*Ética en la publicidad*, 22.02.1997 y *Ética en Internet*, 22.02.2002), la **reglamentación jurídica** (*Código de Derecho Canónico*, 25.01.1983 e *Instrucción sobre algunos aspectos del uso de los instrumentos de comunicación social en la promoción de la doctrina de la fe*, 30.03.1992), la **formación pedagógica** (*Orientaciones para la formación de los futuros sacerdotes sobre los instrumentos de la comunicación social*, 19.03.1986) y una **visión general** (*La Iglesia e Internet*, 22.02.2002 y *El rápido desarrollo*, 24.01.2005).

Sin embargo, no faltan **indicaciones preciosas y autorizadas** para una reflexión “**teológica global**” que no se limite a un mero “uso pastoral”: «El trabajo en estos medios... no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta “nueva cultura” creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aun antes que de los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos» (*Redemptoris missio*, 37c).

Benedicto XVI, tratando de la **evangelización en el contexto de la comunicación digital** afirma: «No se trata solamente de expresar el mensaje evangélico en el lenguaje de hoy, sino que es preciso tener el valor de pensar de modo más profundo, como ha sucedido en otras épocas, la relación entre la fe, la vida de la Iglesia y los cambios que

el hombre está viviendo. ...¿Qué desafíos plantea a la fe y a la teología el llamado “pensamiento digital”?» (*Discurso* del 28.02.2011).

Los estímulos de Juan Pablo II y Benedicto XVI siguen en gran parte aún por acoger en la reflexión eclesial y nosotros **Paulinos** podríamos colaborar con una serie de investigaciones en nuestros centros formativos para la comunicación y con nuestras publicaciones.

2.5. *El carácter del Apostolado de la prensa*

(AS, c. IV; AE, parte primera, primera sección, c. IV)

2.5.1. *Argumentos*. El carácter del Apostolado de la prensa es **pastoral en el pensamiento y en la forma**. «La pastoral es el arte divino de gobernar las almas, apacientarlas. Consiste en guiarlas a los pastos saludables de la verdad; en las rectas veredas de la santidad cristiana; en la vida sobrenatural de la gracia. [...] Tal es, y no otro, el gran trabajo del sacerdote, ya predique desde el púlpito o lo haga mediante un folleto o un libro» (p. 15).

La Iglesia es también «nutricia de todo el saber humano», pero su «tarea esencial es indicar el camino del cielo. ..El apóstol de la prensa podrá de algún modo ocuparse de ciencias y artes naturales, ...pero apuntando a las almas; todo lo demás valdrá en cuanto le facilite la salvación de las almas» (p. 16).

El apóstol de la prensa trata de las realidades humanas «sólo secundariamente y en cuanto con ello se facilita el camino al pensamiento cristiano y se salvan las almas de los pastos venenosos» (*ib.*); en cambio, el apóstol de la prensa debe comunicar la doctrina sagrada: *a)* exponiéndola directamente con orden catequístico y teológico; *b)* ilustrando la vida litúrgica; *c)* explicando el magisterio de la Iglesia; *d)* aplicando «la doctrina católica a los problemas políticos, económicos, sociales, científicos y morales que los tiempos nuevos presenten» (p. 17).

«El hombre tiene inteligencia, voluntad y sentimiento: es necesario que todas sus facultades se nutran de los dones divinos, de Dios mismo, de modo que el hombre se transforme» (*ib.*).

2.5.2. *Pensamiento alberoniano*. El carácter “pastoral” de la evangelización con la prensa es una **mentalidad**: la presentación explícita de la fe debe involucrar todos los aspectos de la vida humana, no para dar soluciones particulares, sino para ofrecer criterios inspiradores de opciones concretas deducidas de la fe.

El Primer Maestro sintetiza la **mentalidad de la evangelización con la prensa**: «Para no fallar en la tarea de apóstol de la prensa, que requiere dar la verdad de la doctrina, el bien de la moral y la belleza de la forma, no es necesario escribir siempre de religión, pero sí es preciso siempre escribir cristianamente» (AE 159). El mismo pensamiento lo retomará más tarde: «Dar en primer lugar la doctrina que salva. Empapar de Evangelio todo el pensamiento y el saber humano. No hablar sólo de religión, sino de todo hablar cristianamente» (AD 87).

El Apostolado de la prensa requiere también **un método**: en la evangelización dirigirse y tener presentes todas las facultades de la persona: mente, corazón y voluntad. Mentalidad y método “pastoral” subrayan la urgencia de que la evangelización considere indispensable conocer a las **personas concretas** a quienes se dirige la propuesta de la fe. Si la experiencia espiritual individual y comunitaria es la chispa de la evangelización con la prensa, el verdadero proyecto comienza con los **destinatarios**.

2.5.3. *Actualización*. El Vaticano II ofrece una visión “**solidaria**” de la fe: «Los gozos y las esperanzas, las tristezas y las angustias de los hombres de nuestro tiempo, sobre todo de los pobres y de cuantos sufren, son a la vez gozos y esperanzas, tristezas y angustias de los discípulos de Cristo. Nada hay verdaderamente humano que no encuentre eco en su corazón. ...Por ello [la comunidad cristiana] se siente íntima y realmente solidaria del género humano y de su historia» (*Gaudium et spes*, n. 1).

Pablo VI traza de forma magistral la evangelización como mentalidad y método, indicando en el “**diálogo**” el criterio fundamental que sabe partir de la **historia concreta de las personas**: «La relación entre la Iglesia y el mundo, sin cerrar el camino a otras formas legítimas, puede representarse mejor por un diálogo, que no siempre podrá ser uniforme, sino adaptado a la índole del interlocutor y a las circunstancias de hecho existentes; una cosa, en efecto, es el diálogo con un niño y otra con un adulto; una cosa es con un creyente y otra con uno que no cree» (*Ecclesiam suam*, n. 80; cfr. n. 27 y *Evangelii nuntiandi*, nn. 27 e 29).

Juan Pablo II, tratando de la relación entre **evangelización y promoción humana**, escribe: «Con el mensaje evangélico la Iglesia ofrece una fuerza liberadora y promotora de desarrollo, precisamente porque lleva a la conversión del corazón y de la mentalidad. ...He ahí por qué entre el anuncio evangélico y promoción del hombre hay una estrecha conexión» (*Redemptoris missio*, n. 59).

Benedicto XVI saca las consecuencias de la escucha de la Palabra de Dios que se hace **testimonio** en la vida concreta: «A la luz de las palabras del Señor, reconocemos los “signos de los tiempos” que hay en la historia y no rehuimos el compromiso en favor de los que sufren y son víctimas del egoísmo» (*Verbum Domini*, n. 100).

El Papa Francisco es más explícito aún escribiendo: «La tarea evangelizadora implica y exige una promoción integral de cada ser humano. Ya no se puede decir que la religión debe recluirse en el ámbito privado y que está sólo para preparar las almas para el cielo. Sabemos que Dios quiere la felicidad de sus hijos también en esta tierra» (*Evangelii gaudium*, n. 182).

2.6. *Preparación al Apostolado de la prensa*

(AS, c. V; AE, parte primera, segunda sección, c. VI)

2.6.1. *Argumentos*. Se trata de la formación intelectual o doctrinal del apóstol: una formación científica natural, una formación filosófica y una formación teológica.

Preparación de la mente: «En general es la misma que se le requiere al sacerdote predicador y pastor, porque no son dos misiones, sino una única», aunque para cada una se necesiten formas especializadas: «Por ejemplo, la elocuencia del púlpito, la habilidad en escribir, imprimir, difundir. La necesidad de la preparación salta a la vista: el apóstol de la prensa es maestro por naturaleza, por opción, por posición; es el maestro con la cátedra más elevada; que difunde la doctrina con mayor precisión; que tiene una imponderable variedad de discípulos. Evidentemente su ciencia ha de ser más amplia, profunda, práctica» (p. 19s). La formación «debe proporcionarse a las tareas especiales que se tendrán en este apostolado» (p. 20).

Preparación de la voluntad: «La vida buena, las virtudes son necesarias porque la obra es sobrenatural y por tanto requiere absolutamente gracias para convencer, fuerzas para trabajar con celo, luces especiales para conocer la verdad» (*ib.*). Para adquirir las virtudes sociales, teologales, cardinales y morales se necesita un constante

«trabajo espiritual» y «el fruto será proporcional a la formación de la voluntad» (p. 21).

Preparación del corazón: «El camino del Apostolado de la prensa es Jesucristo mismo: “*Mihi vivere Christus est*”» (p. 21). La vida de Jesucristo se adquiere con los santos sacramentos, los sacramentales, la oración habitual, las devociones, la buena lectura, la meditación, los ejercicios espirituales, el retiro mensual, la adoración al Santísimo Sacramento, el espíritu litúrgico. «Hay devociones propias del apostolado de la prensa» (*ib.*). «El apóstol paulino vive todo “*in Christo et in Ecclesia*”» (p. 23).

2.6.2. *Pensamiento alberoniano.* Para la misión a desarrollar, el apóstol de la prensa necesita una preparación adecuada que cabe sintetizar en una progresiva “**cris- tificación**”: «El proceso de santificación es un *proceso de cristificación*: “hasta que Cristo se forme en vosotros”; ...y es lo que san Pablo dice de sí mismo: “Vivo, pero no soy yo el que vive, es Cristo quien vive en mí”».¹³

La publicación de *Donec formetur Christus in vobis* (1932)¹⁴ quiere promover el proceso de “cristificación” como un recorrido unitario y progresivo que no es fin a sí mismo, sino que desemboca en el Apostolado de la prensa, presentado en forma sintética al final del volumen (cfr. nn. 93-95). El *DF* está en función de *AS*: quedarse en uno solo de estos dos textos alberonianos significa interesarse sólo por la mitad del carisma.

El objetivo de similitud con Cristo es un compromiso de toda la vida del apóstol de la prensa y ha de alcanzarse cuidando todos **los aspectos de la persona** (mente, voluntad, corazón) con una formación “**integral**”: humana, cristiana, religiosa y paulina. «Finalidad de la educación en la Congregación es formar el religioso paulino. Hay que proceder con sensatez y amor. Es preciso que haya una base, un punto de arranque: el hombre recto; sobre él puede construirse el buen cristiano, el hijo de Dios; sobre el cual cabe levantar al religioso santo, que podrá ser laico o sacerdote; y del religioso santo se puede hacer un apóstol según el gran modelo san Pablo».¹⁵

La “cristificación”, alcanzada mediante la formación progresiva de toda la persona e integrando todas las etapas del desarrollo humano y de la fe cristiana, tiene como finalidad «**preparar el apóstol de la prensa**». También la formación con el **estudio** tiene por objetivo el apostolado: «¿Cuándo el saber es perfecto en un paulino? No cuando ha simplemente estudiado, sino cuando ha hecho experiencia, pues entonces tenemos el ejercicio pastoral y por tanto podrá cumplir bien y perfectamente su trabajo. Cada cual tome a pecho la formación completa de los nuestros».¹⁶

2.6.3. *Actualización.* Las directrices del Vaticano II sobre la formación del sacerdote (*Optatam totius*) y sobre el ministerio sacerdotal (*Presbyterorum ordinis*) acentúan la preparación “pastoral” del sacerdote, que requiere cualidades humanas, virtudes espirituales y capacidades para ser un animador del pueblo de Dios. Los documentos eclesiales del posconcilio sobre la formación de los sacerdotes profundizan en el ejercicio del ministerio sacerdotal entre el pueblo como «**el particular camino de santificación**», pues funden la relación con Dios y el servicio al pueblo.

¹³ *San Paolo*, febrero-marzo-abril 1965; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 11.

¹⁴ *Donec formetur Christus in vobis*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2001.

¹⁵ *San Paolo*, setiembre-octubre 1953; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 755.

¹⁶ *San Paolo*, mayo 1957, cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 177.

También el documento conciliar *Perfectæ caritatis* presenta el perfil del religioso como una **síntesis armoniosa**: «Toda la vida religiosa de los miembros ha de estar empapada de espíritu apostólico y toda la actividad apostólica ha de estar animada por el espíritu religioso» (n. 8).

Los documentos sucesivos siguen desarrollando esta misma identidad: «Dejándose guiar por el Espíritu en un incesante camino de purificación, llegan a ser, día tras día, *personas cristiformes*, prolongación en la historia de una especial presencia del Señor resucitado» (*Vita consecrata*, n. 19). En particular, los religiosos comprometidos en una actividad apostólica: «...han de cultivar, en fin, *una sólida espiritualidad de la acción*, viendo a Dios en todas las cosas, y todas las cosas en Dios. ...La íntima unión entre contemplación y acción permitirá, hoy como ayer, acometer las misiones más difíciles» (*Id.* n. 74).

La preparación del religioso debe caracterizarse por el específico carisma, pues está toda orientada a formar de él un “**apóstol**” para una **misión particular**: «No existe concretamente una vida religiosa “en sí” a la que se incorpora, como un añadido subsidiario, el fin específico y el carisma particular de cada instituto. No existe en los institutos dedicados al apostolado, un camino de santidad ni de profesión de los consejos evangélicos, ni de vida dedicada a Dios y a su servicio, que no estén intrínsecamente ligados al servicio de la Iglesia y del mundo» (*Potíssimum institutioni*, n. 17).

«En el ejercicio de la misión apostólica, *ser y hacer* son inseparables porque el misterio de Cristo constituye el fundamento absoluto de toda acción pastoral» (*Caminar desde Cristo*, n. 34).

2.7. *El ministro del Apostolado de la prensa*

(AS, c. VI; AE, primera parte, segunda sección, c. I)

2.7.1. *Argumentos*. «Ministro ordinario y primario es el Sacerdote. Pueden hacerlo, como ministro extraordinario y secundario, todos los fieles, también las mujeres, de algún modo incluso herejes e infieles. ...El Apostolado de la prensa es en sustancia, origen, objeto y fin, una misma cosa con el apostolado-palabra. Se distingue sólo por la modalidad con que se ejerce. ...Y bien, está claro que siendo el sacerdote ministro ordinario y principal en el apostolado-palabra, necesariamente lo es asimismo en el Apostolado de la prensa» (p. 24s).

«Es al sacerdote a quien le son confiadas las almas. ...Por tanto es claro cuanto resulta de la historia: que los apóstoles tal como predicaron, así escribieron, e igualmente sus sucesores. ...Hoy apremia más el deber, la oportunidad de desarrollar el Apostolado de la prensa en el sacerdote» (p. 25).

El sacerdote en el Apostolado de la prensa tiene **cuatro cometidos**: *proponer* (el sacerdote es para el pueblo maestro por elección divina, por oficio), *popularizar* («Las verdades divinas han de ser comunicadas del modo con que se da la comunión eucarística. La santa hostia es el alimento de todos los fieles, y así la Palabra de Dios es alimento de todos los hombres»), *aplicar* (poner en guardia contra las ideas equivocadas en cuanto a la fe) y *defender* («El Apostolado de la prensa se presta a la defensa del dogma y de la moral cristiana mejor que el apostolado-palabra»).

La ciencia sagrada es sin duda necesaria para todos: «El sacerdote-apóstol de la prensa habla como teniendo autoridad cuando ejerce su verdadera misión, semejante al sacerdote que, revestido de los sagrados paramentos, habla desde el púlpito» (p. 28).

2.7.2. *Pensamiento alberoniano*. El P. Alberione mantendrá invariable durante toda su vida esta idea central: «...Para desempeñar el Apostolado de la prensa es necesario un corazón sacerdotal. Porque es apostolado eminentemente sacerdotal».¹⁷ «El sacerdote no es sólo dignidad, es potestad de orden, es también esencialmente apóstol: los apóstoles participan del sacerdocio santo y regio, dicen san Pedro y san Pablo: la buena prensa es de este sacerdocio».¹⁸

Movido por las convicciones expresadas en *Apuntes de teología pastoral* y en *La mujer asociada al celo sacerdotal* sobre el papel de los laicos y, en particular de la mujer, y observando las necesidades concretas del Apostolado de la prensa, el P. Alberione, sirviéndose de la categoría del “**cuasi-sacerdote**”, “amplía” el sacerdocio paulino al laico consagrado, a la religiosa y al laico que actúa en el mundo, haciendo referencia a *1Pe 2,9*.

Apelándose al origen del Discípulo del Divino Maestro, recuerda la presencia de laicos al lado de los sacerdotes en la historia de otros Institutos y se pregunta: ¿Por qué no dar hoy al hermano laico «una participación en el celo del sacerdote, otorgarle un cuasi-sacerdocio? Sacerdote que escribe, hermano que multiplica y difunde con el trabajo técnico. ...¡Íntimamente asociados en la vida religiosa, sacerdote y hermano, unidos en el mismo apostolado, para prepararse la corona celestial!» (*AD 40-41*).

En otra circunstancia, explicando la misión de la librería a las Hijas de San Pablo exclama: «¿Qué sois? Yo quisiera decir que *diaconisas*, quisiera decir *sacerdotisas*, al modo como se habla de María».¹⁹ El carácter “sacerdotal” del apostolado proyecta una luz sobrenatural también sobre los lugares y los medios de apostolado: «nuestra iglesia», «nuestro púlpito», «sacramentales», «realidades materiales para efectos sobrenaturales».

2.7.3. *Actualización*. La reelaboración de la eclesiología por obra del Vaticano II, identificando a la Iglesia como «**pueblo de Dios**» y con la explicación de la complementariedad entre «**sacerdocio común de los fieles**» y «**sacerdocio ministerial**» (cfr. *Lumen gentium*, nn. 10-14), ha involucrado de lleno en la evangelización a todos los bautizados, aun con funciones diversas: «La Iglesia entera es misionera, y la obra de evangelización, deber fundamental del pueblo de Dios» (*Ad gentes*, n. 35).

La exhortación apostólica *Evangelii nuntiandi* resume la identidad de la Iglesia en su misión: «Evangelizar constituye la dicha y vocación propia de la Iglesia, su identidad más profunda. Ella existe para evangelizar» (n. 14). Juan Pablo II ratifica: «La Iglesia es misionera por naturaleza» (*Redemptoris missio*, n. 62).

Escribe Benedicto XVI: «Puesto que todo el Pueblo de Dios es un pueblo “enviado”, el Sínodo ha reiterado que “la misión de anunciar la Palabra de Dios es un cometido de todos los discípulos de Jesucristo, como consecuencia de su bautismo” Ningún creyente en Cristo puede sentirse ajeno a esta responsabilidad que proviene de su pertenencia sacramental al Cuerpo de Cristo». (*Verbum Domini*, n. 94).

El Papa Francisco reafirma: «En virtud del Bautismo recibido, cada miembro del Pueblo de Dios se ha convertido en discípulo misionero (cfr. *Mt 28,19*). Cada uno de los bautizados, cualquiera que sea su función en la Iglesia y el grado de ilustración de su fe, es un agente evangelizador, y sería inadecuado pensar en un esquema de evange-

¹⁷ *Unión Cooperadores de la Buena Prensa*, 20 enero 1926; cfr. *La primavera paolina*, preparada por Rosario F. Espósito ssp, Roma 1983, p. 669.

¹⁸ *Unión Cooperadores de la Buena Prensa*, 20 octubre 1923; cfr. *La primavera paolina*, cit., p. 346.

¹⁹ *A las Hijas de San Pablo*, 1955, FSP-Casa General, Roma 2010, p. 73.

lización llevado adelante por actores calificados donde el resto del pueblo fiel sea sólo receptivo de sus acciones. La nueva evangelización debe implicar un nuevo protagonismo de cada uno de los bautizados» (*Evangelii gaudium*, n. 120).

2.8. *Tres exigencias en el Apostolado de la prensa*

(AS, c. VII; AE, parte primera, primera sección, c. V)

2.8.1. *Argumentos. Sentir con Jesús.* «Significa tener el corazón de Jesús para los hombres, tal como se manifiesta en el “*Venite ad me omnes*”. El Apostolado de la prensa es universal..., de suyo mira a todo el conjunto, toda necesidad, toda actividad, toda iniciativa. Todo cuanto hay en el corazón de Jesús está en el corazón del apóstol de la prensa» (p. 29). Quedan por tanto incluidas las obras de instrucción religiosa, de formación moral, de vida espiritual y de beneficencia: «Para cada una de estas necesidades puede haber revistas, libros, etc.» (p. 30).

Sentir con la Iglesia. El apóstol de la prensa ama a la Iglesia; lee y medita los documentos de la Iglesia, se forma culturalmente sobre textos aprobados por la autoridad eclesiástica, difunde los documentos del magisterio y defiende sus contenidos. «El apóstol de la prensa se hace la voz de la Iglesia, del Papa, del episcopado, del párroco a quien refuerza, una y misma voz con altavoz para llegar a todos y a todos llevar los beneficios de la verdad, santidad, vida de la Iglesia» (p. 31).

Sentir con san Pablo por las almas. Como en la predicación de san Pablo se reflejaban las exigencias de sus oyentes, así «el apóstol debe en todo tener cuenta de las disposiciones» de las almas. Las verdades de la fe deben ser presentadas «con el espíritu de san Pablo» que habla en el areópago, a los romanos, a los gálatas, teniendo en cuenta las convicciones del público al que se dirige. También la vida moral ha de ser presentada de modo adecuado a quien escucha. «El apóstol de la pluma se hace todo a todos» (p. 32) pero con caridad.

2.8.2. *Pensamiento alberoniano.* Se ha dicho que toda la formación del apóstol de la prensa es un proceso de progresiva “cristificación” para poder adquirir la misma ansia de Cristo por la salvación de todos, dando una dimensión universal a la misión.

La fidelidad a las enseñanzas de la Iglesia debe ponerse en relación con la persuasión de que el Apostolado de la prensa es un “**ministerio sacerdotal**” a realizar no según las propias convicciones personales, sino como expresión de las certezas de fe de la comunidad, expresadas autoritativamente por el magisterio papal.

Indicando a san Pablo como modelo para el apóstol de la prensa, el P. Alberione subraya la capacidad del Apóstol de **saberse adaptar al público al que se dirige**. Los contenidos de la vida de fe son idénticos, pero la presentación ha de tener en cuenta a los destinatarios.

2.8.3. *Actualización.* El Concilio Vaticano II describe el surgir de la misión evangelizadora de la Iglesia a partir de Cristo, enviado del Padre, y subraya la **universalidad** y la **capacidad de saberse adaptar**: «La Iglesia, para poder ofrecer a todos el misterio de la salvación y la vida traída por Dios, debe insertarse en los diversos grupos con el mismo afecto con que Cristo en su encarnación se unió a las condiciones sociales y culturales de los hombres con los que convivió» (*Ad gentes*, n. 10).

La evangelización deseada por el Vaticano II, que sabe armonizar la universalidad de las personas, la fidelidad al pensamiento común de toda la Iglesia y la capacidad de

adaptar el Evangelio a las situaciones concretas, será perspicaz en la reflexión sobre la necesidad de la **inculturación** de la fe. Pablo VI afirma: «La evangelización pierde mucho de su fuerza y de su eficacia, si no toma en consideración al pueblo concreto al que se dirige, si no utiliza su “lengua”, sus signos y símbolos; si no responde a las cuestiones que plantea, no llega a su vida concreta» (*Evangelii nuntiandi*, n. 63).

Juan Pablo II indica la **necesidad de la inculturación**: «Al desarrollar su actividad misionera entre las gentes, la Iglesia encuentra diversas culturas y se ve comprometida en el proceso de inculturación. Es ésta una exigencia que ha marcado todo su camino histórico, pero hoy es particularmente aguda y urgente. ...Por medio de la inculturación la Iglesia encarna el Evangelio en las diversas culturas y, al mismo tiempo, introduce a los pueblos con sus culturas en su misma comunidad» (*Redemptoris missio*, n. 52).

El Papa Francisco pone el acento sobre la necesidad de **tener presentes los continuos cambios** para adecuar el anuncio de Cristo: «A veces, escuchando un lenguaje completamente ortodoxo, lo que los fieles reciben, debido al lenguaje que ellos utilizan y comprenden, es algo que no responde al verdadero Evangelio de Jesucristo. Con la santa intención de comunicarles la verdad sobre Dios y sobre el ser humano, en algunas ocasiones les damos un falso dios o un ideal humano que no es verdaderamente cristiano». (*Evangelii gaudium*, n. 41).

2.9. *Los católicos en el Apostolado de la prensa*

(AS, c. VIII; AE, parte primera, segunda sección, c. V)

2.9.1. *Argumentos*. Todos los católicos tienen una parte importante en el Apostolado de la prensa, no se trata de un compromiso que sea monopolio de alguno.

Escribir. Todos los católicos que escriben en las varias disciplinas deben ser fieles a la doctrina y, escribiendo de fe, deben tener una preparación particular y someterse a la evaluación de la jerarquía. Comprometerse en la prensa es como hacerlo en el movimiento de *Acción Católica* para formar pensamiento cristiano sirviéndose del periodismo, aplicando los principios católicos a las varias disciplinas de estudio y a los numerosos ámbitos de la vida individual y social.

Imprimir. Los católicos han de negar cualquier apoyo y aporte a la mala prensa. Se comprometen en cambio a sostener con toda clase de medios la buena prensa, con ofertas, una nueva forma de «óbolo para la fe»; la acompañan con la oración: «esta es la gran fuerza de todo apostolado. En efecto suscita apóstoles» (p. 36); ofrecen nuevos apóstoles, pues «si la tinta vale como la sangre de los mártires» (*ib.*), merece la pena animar a los jóvenes.

Propaganda y lectura. Los católicos absténganse de lecturas contrarias a la fe, nútrase de lecturas buenas, comprométanse en obstaculizar la difusión de publicaciones malas y en difundir textos de la Sagrada Escritura, de la jerarquía de la Iglesia y de escritores santos, creando quioscos, reventas, librerías, bibliotecas, salas de lectura; distribución a la entrada de las iglesias o itinerante, o procurando suscripciones. «En el Apostolado de la prensa es cuestión de propaganda, mucho más de cuanto suele creerse y pensarse generalmente: la propaganda está en gran parte en manos de los católicos» (p. 38).

2.9.2. *Pensamiento alberoniano*. En la mente del P. Alberione el comienzo de la Sociedad de San Pablo coincide no sólo con dar vida a una **organización** especializada que se sirve de la prensa para evangelizar, sino también con la **iniciativa** de sensibilizar, atraer y compartir con **todos los católicos** una movilización a favor de la prensa.

Para hacer frente a la obra de descristianización actuada por la mala prensa, es «deber de los católicos oponer arma a arma, o sea prensa a prensa; prensa buena a prensa mala, mucha prensa a mucha prensa. ...Hoy necesitamos más que nunca una buena prensa; ¡bendito el apostolado de la buena prensa!».²⁰

En el decreto *Inter mirífica*, el P. Alberione ve la **involucración de toda la Iglesia** en la evangelización con la comunicación: «La fiesta de Jesús Maestro en 1964 reviste particular solemnidad. En efecto, nuestro apostolado [ha sido] aprobado, alabado, y establecido como deber para toda la Iglesia, según las diversas condiciones: Santa Sede, episcopado, el clero religioso y secular, el laicado y todos los fieles: prensa, cine, radio, televisión y semejantes».²¹

2.9.3. *Actualización*. La Providencia dispuso que el P. Alberione pudiera ver aprobada y establecida para **toda la Iglesia** la evangelización con la comunicación. «El Concilio Vaticano II, exhorta e invita a los católicos a que, guiados por la fe, consideren cuidadosa y atentamente las nuevas exigencias y responsabilidades que les imponen los avances en la comunicación social» (*Communio et progressio*, n. 101).

Pablo VI incita a **todos los católicos** a la evangelización con la comunicación: «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 “pregona sobre los terrados” el mensaje del que es depositaria. En ellos encuentra una versión moderna y eficaz del “púlpito”. Gracias a ellos puede hablar a las masas» (*Evangelii nuntiandi*, n. 45).

Presentando los *medos* con referencia a la “**nueva evangelización**”, *Ætatis novae* reafirma: «la utilización de los medios de comunicación se ha hecho esencial para la evangelización y la catequesis. ...Los medios de comunicación social pueden y deben ser los instrumentos al servicio del programa de reevangelización y de nueva evangelización de la Iglesia en el mundo contemporáneo» (n. 11).

2.10. *El trabajo material en el Apostolado de la prensa*

(AS, c. IX; algunos temas se tratan en *AE*, parte segunda, primera sección, c. XXIX)

2.10.1. *Argumentos*. El trabajo material en el Apostolado de la prensa está al servicio de la evangelización.

Es la sensata actividad humana que de siempre ha buscado los medios adecuados para «dar lo bueno, dar lo verdadero, dar lo bello» (p. 39). Para describir todo el proceso laboral de la prensa pueden incluirse bajo el término de “impresión” los varios tipos de soporte sobre los que se puede estampar, las papeleras y los varios tipos de papel, la composición, la maquinaria de reproducción y la confección. Todos estos elementos del proceso están en continua evolución y mejoría.

²⁰ *Unión Cooperadores de la Buena Prensa*, 10 abril 1922; cfr. *La primavera paolina*, cit., p. 641.

²¹ *San Paolo*, diciembre 1963; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 323.

Actividad humana utilizada para el apostolado: «Nunca las criaturas se han movilizadas y ennoblecidas tanto en el curso de los siglos; ellas concurren a formar a Jesucristo en las almas, como el agua en el bautismo» (p. 41). El apóstol de la prensa llama a que prediquen a Dios todas las invenciones creadas por el hombre para poder imprimir, como un alma llena de fe y de amor invita a toda la creación a alabar a Dios (*ib.*).

Con todos los medios mayores. Medios humanos: «Como en un tiempo los monjes copiaban los pergaminos antiguos y las mujeres y los discípulos de san Pablo multiplicaban y difundían las cartas, así hoy» se necesitan: «familias religiosas, ...laicos, ...sacerdotes, ...laicos libres» que se comprometan en el apostolado de la prensa (p. 42).

Medios económicos: sirven muchos medios para las varias iniciativas. **Medios mecánicos:** más rápidos, más baratos y convenientes, en mayor grado de difundir. «El apóstol hace crecer rosas y lirios, de los desperdicios y trapos saca papel para el Evangelio» (p. 43).

2.10.2. *Pensamiento alberoniano.* La presentación de la prensa como “criatura” que debe ser una alabanza a Dios es una convicción que el P. Alberione posee y transmite a sus primeros seguidores: «Estas máquinas maravillosas se hacen apreciables y dignas de veneración como sagrado y venerable es el púlpito para el orador sagrado. ...¡Qué hermosas las máquinas destinadas a los evangelizadores! El apóstol de la buena prensa ante las máquinas prueba algo más que san Francisco cuando sentía brotarle del alma el himno al Hermano Sol».²²

Poniendo la prensa y toda la comunicación al servicio del Evangelio, el P. Alberione considera las tecnologías como “**materia que sirve para obtener frutos sobrenaturales**”: «Nuestro apostolado tiene una parte material que se parece a la industria o al comercio, pero que no es ni una cosa ni la otra. ...En el apostolado, la materia (industria o comercio) sirve a efectos sobrenaturales, “en la divulgación de la doctrina católica, usando los medios más fructuosos y más rápidos”».²³ Por esta razón las máquinas eran “bautizadas” con un nombre religioso y aparecían en las procesiones por los patios de la comunidad; y así también la tipografía era considerada «como una iglesia» y la librería «como un púlpito».

2.10.3. *Actualización.* La **evolución** del magisterio universal sobre la comunicación, desde la invención de la prensa hasta hoy, ha permitido superar una visión negativa, casi “diabólica”, de las tecnologías de comunicación para llegar, ya antes del Vaticano II y sobre todo con *Inter mirífica*, a definir las como “**dones de Dios**”, que pueden usarse para el bien o para el mal por la libertad del hombre.

Reflexionando ulteriormente sobre el desarrollo de cada uno de los medios de comunicación que, más allá de la visión “positiva”, aumentan de número y conectan sus efectos en el público, el magisterio universal sobre la comunicación ha advertido que ésta, con la comunicación digital, de ser una característica de la “**cultura de masa**” ha pasado a ser una “**verdadera cultura inédita**”.

De consecuencia, la tarea de evangelización no puede limitarse al uso de tecnologías para difundir la doctrina de la Iglesia, sino que es necesario “**repensar**” los contenidos de la fe para poder reexpresarlos en este nuevo modo de existir del individuo y de la sociedad.

²² *Unión Cooperadores de la Buena Prensa*, 15 julio 1921; cfr. *La primavera paolina*, cit., p. 141.

²³ *San Paolo*, febrero 1952; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., pp. 915-916.

2.11. *María, Reina de la historia*

(AS, c. X; AE, parte primera, segunda sección, c. XII)

2.11.1. *Argumentos*. El papel de María se describe en estricta referencia a la Trinidad y a la historia de la salvación, porque la Virgen «presidió a la idea creadora de Dios, preside a su desarrollo y presidirá a su consumación» (p. 44ss).

«María es madre de la Iglesia en Pentecostés, allí está como la Reina de los Apóstoles» (p. 46). El apóstol de la prensa tiene hacia María «oficios especiales»: darle un culto especial e implicar a María en toda iniciativa apostólica. «Dios es nuestro modelo, y como actuó él poniéndolo todo en María, así conviene que hagamos nosotros» (p. 47).

2.11.2. *Pensamiento alberoniano*. La presencia de la madre de Dios en la experiencia espiritual del Primer Maestro es una constante que comenzó desde los primeros años de su educación en la fe con el ejemplo de la devoción de su madre. Cuando, al principio de los años de 1920, sustituye la devoción a la Inmaculada con María Reina de los Apóstoles, pretende caracterizar el carisma paulino dando a María como **modelo de apostolado con la prensa**.

«Los editores poseen la palabra, la multiplican, la difunden vestida de papel, tipos, tinta. Hacen en el plan humano la misión que en el plan divino tuvo María: ella fue madre del Verbo divino; ella captó al Dios invisible y lo hizo visible y accesible a los hombres, presentándolo en carne humana».²⁴

La **reflexión mariológica** cultivada por el P. Alberione –desde su primera publicación: *La Bienaventurada. Virgen de las gracias de Cherasco* (1912), a *María nuestra esperanza* (1938), *La Virgen de Fátima* (1943), *María Reina de los Apóstoles* (1948), *Florechillas para el mes de mayo* (1948), *María discípula y maestra* (1959), *La Madre de la divina gracia* (1966) e incluyendo la abundante predicación sobre María Reina de los Apóstoles– atestigua que el carisma paulino tiene en la **característica “mariana” una dimensión constitutiva e irrenunciable**.

La adopción del título **Reina de los Apóstoles**, tal como el Fundador la explica, la hace representar y continuamente la predica, constituye una herencia que es necesario profundizar con la mariología del Vaticano II.

2.11.3. *Actualización*. La devoción a la Virgen María fue para el P. Alberione un **componente esencial** de su vida de fe y de su actividad de fundador, aunque en el conjunto de su reflexión es deudor en gran parte al contexto teológico anterior al Concilio Vaticano II, caracterizado por una exaltación especial de María y por intensas y variadas prácticas de culto popular.

El Concilio Vaticano II, tratando de modo orgánico de la Virgen María en el capítulo VIII de la *Lumen gentium* e insertando la **teología mariana** en el contexto de la **eclesiología** y de la **crisología**, da argumentos oportunos a la descripción que el Primer Maestro traza de María Reina de los Apóstoles: «También la Iglesia, en su labor apostólica, se fija con razón en aquella que engendró a Cristo, concebido del Espíritu Santo y nacido de la Virgen, para que también nazca y crezca por medio de la Iglesia en las almas de los fieles. La Virgen fue en su vida ejemplo de aquel amor maternal con que es necesario que estén animados todos aquellos que, en la misión apostólica de la Iglesia, cooperan a la regeneración de los hombres» (n. 65).

²⁴ *San Paolo*, noviembre-diciembre 1954; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 599.

Pablo VI en la exhortación apostólica *Marialis cultus* (2.02.1974) presenta la fecundidad de la Virgen María como modelo de la Iglesia, «la cual “se convierte ella misma en Madre, porque con la predicación y el bautismo engendra a una vida nueva e inmortal a los hijos, concebidos por obra del Espíritu Santo, y nacidos de Dios”» (n. 19).

En la encíclica *Redemptoris Mater* (25.03.1987), Juan Pablo II retoma el mismo tema: «Si la Iglesia es signo e instrumento de la unión íntima con Dios, lo es por su maternidad, porque, vivificada por el Espíritu, “engendra” hijos e hijas de la familia humana a una vida nueva en Cristo. Porque, al igual que *María está al servicio del misterio de la encarnación*, así *la Iglesia permanece al servicio del misterio de la adopción como hijos* por medio de la gracia» (n. 43).

2.12. *Santa Misa en honor de Jesús Maestro*

(AS, c. XI; AE, parte primera, segunda sección, c. VII)

2.12.1. *Argumentos*. Entre todos los métodos para «oír con devoción y fruto la Misa, al estudioso y al apóstol de la prensa se le puede proponer el método en honor de Jesús Maestro Camino, Verdad y Vida» (p. 48).

Jesús Verdad: desde el principio hasta el ofertorio. Momento en el que con la mente se escucha y medita la Palabra de Dios y las verdades que comunicar con el Apostolado de la prensa.

Jesús Camino: desde el ofertorio al Padrenuestro. Jesús es el camino para el apostolado pues enseña al apóstol de la prensa la entrega al prójimo hasta dar la vida por las almas.

Jesú Vida: desde el Padrenuestro al final de la Misa. La comunión nos incorpora en Cristo, de modo que las obras del apóstol de la prensa sean las obras de Jesús.

2.12.2. *Pensamiento alberoniano*. El Primer Maestro describe la celebración eucarística en el contexto teológico de los años 1930, considerada el principal y más completo acto “devocional” y celebrada en latín. Enraizado en este fondo teológico, él reflexiona con originalidad y pone la celebración eucarística en **estricta referencia al apóstol de la prensa**, que debe nutrir su mente, su corazón y su voluntad para poder nutrir a las almas sirviéndose de la prensa.

El P. Alberione no sólo escogió **modelos espirituales específicos**: Jesús Maestro Camino, Verdad y Vida, María Reina de los Apóstoles y san Pablo para relacionarlos con el Apostolado de la prensa, sino que adaptó **todas las prácticas de piedad** en función del amor a Dios, que debe transformarse en amor al prójimo con la prensa.

La preciosidad del *Libro de las oraciones de la Familia Paulina* se debe a que es **una de las actividades más significativas de toda la obra del P. Alberione**, quien supo crear armonía entre contemplación y acción apostólica: una contemplación activa y una actividad apostólica contemplativa.

El Fundador describe el *Libro de las oraciones* en relación a las Constituciones: «Los artículos de las Constituciones son fríos y descarnados: necesitan un alma; y ésta se ha dado con la composición de oraciones, coronitas, instrucciones, como están en nuestro libro de oraciones. Amarlas, rezarlas de corazón; poco a poco entra en el alma el espíritu de la Congregación» (*UPS*, I, 47).

2.12.3. *Actualización*. La reforma litúrgica del Vaticano II y los documentos del magisterio universal concernientes a la vida consagrada, ofrecen un **material precioso**

y **abundante** para repensar con categorías teológicas más sólidas y completas el planteamiento que el P. Alberione presentó de la celebración eucarística y, más en general, de las prácticas de piedad basadas en el **método Camino, Verdad y Vida**, definido por él como «uno de los métodos posibles», si bien **el más útil** para la Familia Paulina.

Para una eficaz actualización de la “espiritualidad apostólica” del P. Alberione es necesario conocer bien tanto su formulación original como las enseñanzas y directrices de la Iglesia, desde el Vaticano II a hoy. Sería un error pensar en una simple sustitución de terminología o en una serie de citas conciliares; se impone un replanteamiento que sepa **unir firmemente** la reflexión teológica y la preocupación pastoral con la comunicación, a ejemplo del Primer Maestro.

Asimismo, mediante el planteamiento de la espiritualidad y de todas las prácticas de piedad, del Vaticano II a hoy, poco a poco, se ha **superado la distinción “cronológica de los tiempos sucesivos”** entre contemplación y acción, porque es en la contemplación donde está incluida la acción y en la acción se halla la contemplación. Corrigiendo la fórmula de «ser discípulos de Cristo para luego ser apóstoles», el Papa Francisco afirma en la *Evangelii gaudium*: «Ya no decimos que somos “discípulos” y “misioneros”, sino que somos siempre “discípulos misioneros”» (n. 120).

2.13. *La Visita del apóstol de la prensa*

(AS, c. XII; AE, primera parte, segunda sección, c. X)

2.13.1. *Argumentos*. «La Visita para el apóstol de la prensa es el discípulo que va a entretenerse con su Maestro Camino, Verdad y Vida» (p. 53).

Ir a la escuela de Jesús. Estando a la escucha de la Palabra de Dios, nutrir la mente con los contenidos de la experiencia de fe que comunicar después a los demás.

Repetir a Jesús. Tras haber profundizado las enseñanzas de la fe, examinar la propia conducta para uniformar nuestra voluntad a la de Jesús apóstol del Padre.

Reconfirmar la comunión. Asimilar la vida divina para alimentar el deseo de asemejarse a Cristo en su misión recibida del Padre.

2.13.2. *Pensamiento alberoniano*. La **dimensión eucarística del carisma paulino** fue continuamente vivida y subrayada por el P. Alberione: «Nuestra piedad es en primer lugar eucarística. Todo nace del Maestro eucarístico como de su fuente vital. Así nació, del sagrario, la Familia Paulina; así se alimenta, así vive, así actúa y así se santifica. De la Misa, de la comunión y de la visita eucarística procede todo: santidad y apostolado» (*UPS*, II, 10).

El carisma paulino es **eucarístico** porque se alimenta de ese nutrimento sobrenatural que luego debe comunicar a los demás con el apostolado; el apóstol de la prensa, sustentado por el “pan de Cristo”, con su apostolado debe ofrecer la experiencia de la fe con el testimonio de la comunicación, considerándola como un “pan” que se adapta a la boca de cada cual. **La característica eucarística está en función pastoral: saber adecuar el pan del Evangelio al hambre del pueblo que se evangeliza con la prensa.**

Explicando las intenciones que deben acompañar la Misa, el P. Alberione afirma: «Oír la Misa con una conciencia social es transformarla en el apostolado más vivo» (*Las Familias Paulinas*, 1954, p. 49).²⁵

²⁵ Cfr. *Alma y cuerpo para el Evangelio*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2005, p. 162.

2.13.3. *Actualización*. La práctica paulina de la visita eucarística, herencia inalienable recibida del Fundador, gana en motivación si se la enriquece con cuanto sobre la **celebración eucarística** y sobre el **culto eucarístico fuera de la Misa**, enseñan el Vaticano II y el magisterio universal posconciliar, en particular la encíclica *Mysterium fidei* (3.9.1965) de Pablo VI, la instrucción *Eucharisticum mysterium* (25.5.1967), el nuevo *Ritual romano* (21.6.1973), la encíclica de Juan Pablo II, *Ecclesia de Eucharistia* (17.4.2003) y la exhortación apostólica *Sacramentum caritatis* de Benedicto XVI (22.2.2007).

La celebración eucarística, entendida como celebración del pueblo de Dios, da **significado** también a la adoración eucarística de cada individuo o de una comunidad, conservando la característica de una **contemplación para la misión**, un retirarse con Dios en compañía del público al que evangelizar, sin quedarse en una pía práctica solitaria e intimista.

2.14. *La comunión del apóstol de la prensa*

(AS, c. XIII; AE, parte primera, segunda sección, c. VIII)

2.14.1. *Argumentos*. «La comunión es la unión del hombre con Dios. ...La unión ha de ser completa: de mente, voluntad, corazón» (p. 58). Se necesita una preparación y un agradecimiento que involucre a toda la persona.

Unión de la mente. Adorar a Jesús Maestro de Verdad, que nos enseña a razonar cristianamente y a pensar teológicamente.

Unión de la voluntad. Uniformar nuestra voluntad a la voluntad de Dios.

Unión del corazón. Llegar a la sintonía con el corazón de Cristo.

«Vayamos, pues, a beber la Vida, a comer a Jesús, y luego regresemos llevando a Jesús con nosotros en todas partes» (p. 62).

2.14.2. *Pensamiento alberoniano*. Sólo con el decreto *Sacra Tridentina Synodus* del 20 de diciembre de 1905 se invita a los fieles a la comunión frecuente, incluso diaria; Pío X extenderá la comunión frecuente a los niños. Habida cuenta de cómo se consideraba la comunión en la práctica cristiana del tiempo, el P. Alberione se preocupa por solicitar a la comunión frecuente, no como un acto devocional, sino como el modo eficaz para progresar en el proceso de asimilación a Cristo y para poder después ofrecer esta experiencia con el Apostolado de la prensa.

2.14.3. *Actualización*. Con la reforma litúrgica pasó a ser más evidente que cualquier reflexión sobre la comunión se inserta en el pensar y vivir la celebración eucarística como pueblo de Dios, asamblea convocada por el Espíritu de Cristo. «La unión con Cristo que se realiza en el Sacramento nos capacita también para nuevos tipos de relaciones sociales: “la ‘mística’ del Sacramento tiene un carácter social”. ...De esta toma de conciencia nace la voluntad de transformar también las estructuras injustas para restablecer el respeto de la dignidad del hombre, creado a imagen y semejanza de Dios» (Benedicto XVI, *Sacramentum caritatis*, n. 89).

2.15. *Orden del Apostolado de la prensa*

(AS, c. XIV; AE, parte primera, primera sección, c. III)

2.15.1. *Argumentos*. *La doctrina de la Iglesia*. Los contenidos que comunicar en primer lugar son los recogidos en el Catecismo y en los textos de las disciplinas teoló-

gicas. La Iglesia, mediante el Papa, garantiza las verdades de fe contenidas en el **Catecismo** y en la **teología**. «El apóstol de la prensa no es sino un repetidor o un portavoz o incluso una voz de la Iglesia, del Papa, de los obispos, del sacerdote católico» (p. 64).

La Sagrada Escritura. La Iglesia, para captar la verdad, se sirve de la Sagrada Escritura y de la Tradición. La Sagrada Escritura es la “carta” que el Padre ha escrito a los hombres y que debe leerse con orden: los libros históricos, los libros proféticos y los libros sapienciales. Hay métodos para estudios especializados de la Escritura; si en cambio nos contentamos de una lectura devota, son útiles algunos buenos comentarios ricos de «espíritu pastoral» (p. 65).

La Tradición. La doctrina divina comunicada de viva voz, no plasmada en la Escritura, fue puesta por escrito sucesivamente por los santos Padres, por los Doctores, por los Santos y por las actas conciliares y papales, así como por la vida concreta de la comunidad eclesial (p. 65s).

2.15.2. *Pensamiento alberoniano.* El orden de los contenidos de la evangelización con la prensa que el P. Alberione traza hay que **comprenderlo** teniendo en cuenta la escasa o nula cultura religiosa, sobre todo de las masas lejanas de la Iglesia, y las precauciones, convertidas incluso en prohibiciones o censuras, que la jerarquía eclesiástica practicaba al poner al pueblo en contacto directo con la Sagrada Escritura.

En 1960 repite: «En la jerarquía de las ediciones, según las Constituciones, ocupa el primer puesto la doctrina de la Iglesia, tal como aparece en las Actas de la santa Sede, en los catecismos, en los libros de teología aprobados y en los libros litúrgicos. Cuando se trata de las fuentes donde bebe la Iglesia, en primer lugar está la Sagrada Escritura y seguidamente la Tradición eclesiástica» (*UPS*, III, 7).

2.15.3. *Actualización.* La **difusión de la Biblia** fue constantemente un empeño prioritario del Fundador, dejándonoslo en herencia: «En el apostolado de las ediciones, peculiar de nuestro Instituto, la Biblia es el libro que debemos difundir por encima de todos, siempre» (*UPS*, III, 12). «Como la Biblia debe darse a todos los hombres, los comentarios deberán ofrecerse y adecuarse teniendo en cuenta la mentalidad y las necesidades de las diversas clases de personas, frecuentemente diferentes por cultura. En suma, una Biblia llena de catecismo y de liturgia; un Catecismo lleno de Biblia y de liturgia; una Liturgia llena de catecismo y de Biblia» (*UPS*, III, 17).

2.16. **Las ilustraciones**

(*AS*, c. XV; *AE*, parte segunda, primera sección, c. XXVIII)

2.16.1. *Argumentos. Qué son.* «Las ilustraciones son las figuras que sirven para explicar el texto escrito. Pueden ser figuras históricas, geométricas, científicas, artísticas, filosóficas, teológicas, caricaturescas, paisajes, demostraciones, etc.» (p. 67). Algunas figuras sirven para esclarecer el pensamiento de la mente, otras para facilitar la voluntad y otras suscitan el sentimiento bueno y piadoso.

Importancia de las ilustraciones. «El arte, entre ellos el de las ilustraciones, es el medio natural que en el Apostolado de la prensa ayuda la mente a seguir la verdad, la voluntad a abrazar la virtud, el corazón la gracia,» (p. 68s). Gracias a las ilustraciones se aprenden más fácilmente las verdades, más fácilmente se abraza la divina voluntad y el corazón se inclina con más docilidad a Dios.

Práctica. «A menudo la ilustración vale un artículo, un libro para todos; ...para

quien no sabe leer, para los de otra lengua puede darse en 52 cuadros toda la religión. ...Así un pintor pasa a ser un predicador, un misionero, un maestro» (p. 70).

Dado que la ilustración está al servicio del texto, es preciso ante todo comprender bien el pensamiento del autor que se quiere ilustrar y, estando destinada al público, es necesario también que sea adecuada a cada categoría de público.

2.16.2. *Pensamiento alberoniano*. La sensibilidad pastoral del P. Alberione pone al servicio de la evangelización no sólo la palabra oral y escrita, sino también la **imagen** por su potencia expresiva. Se establecen las premisas para valorar **la imagen fija**, desde la pintura a la fotografía, **la imagen en movimiento y audiovisual** del cine y de la televisión y hoy de la **multimedialidad y digital**.

El apostolado del carisma paulino incluye todas las formas y lenguajes de la comunicación, en la convicción de que ninguna particular actividad expresiva humana tiene el monopolio de la evangelización, sino que todas pueden traducir la experiencia de fe para proponerla a otros.

«La religión puede darse toda en figuras: todos los sacramentos, la Pasión, el paraíso, la eternidad, el juicio, los consejos evangélicos, las obras de misericordia temporal y espiritual, las devociones a la Virgen, a san Pablo, ...todo puede explicarse con figuras. Es el caso de decir que el apostolado de la prensa tiene grandes medios para desarrollarse».²⁶

La atención y el cuidado de los detalles puestos por el Primer Maestro en la **construcción** del templo de San Pablo en Alba, del santuario de María Reina de los Apóstoles y de la iglesia del Divino Maestro en Roma, son una prueba de cómo él, incluso a través de la arquitectura, la pintura, la escultura y la realización de los ornamentos litúrgicos, haya querido traducir la integralidad del carisma paulino.

2.16.3. *Actualización*. Una vez superada la discusión polémica con la iconoclasia (Concilio de Nicea en el 787), la Iglesia ha valorado siempre el arte para expresar la fe y, a partir del Vaticano II, el magisterio universal se ha expresado varias veces para estimular la **relación entre arte y fe**. En el **mensaje a los artistas**, al cerrarse el Vaticano II, se afirma: «Habéis ayudado [a la Iglesia] a traducir su mensaje divino al lenguaje de las formas y de las figuras, a hacer aprehensible el mundo invisible. Hoy, como ayer, la Iglesia os necesita y se vuelve hacia vosotros» (8 diciembre 1965).

Pablo VI profundizó esta llamada: «Tenemos necesidad de vosotros. Nuestro ministerio necesita vuestra colaboración. Porque, como sabéis, nuestro ministerio es el predicar y hacer accesible y comprensible, más aún, conmovedor, el mundo del espíritu, de lo invisible, de lo inefable, de Dios. Y en esta operación, que trasiega el mundo invisible en formas accesibles, inteligibles, vosotros sois maestros. Es vuestro oficio, vuestra misión; y vuestro arte está precisamente en arrebatarse del cielo del espíritu sus tesoros y revestirlos de palabra, de colores, de forma, de accesibilidad» (*Homilía en la "Misa de los Artistas"*, 7 mayo 1964).

2.17. *El boletín parroquial*

(AS, c. XVI; AE, parte segunda, primera sección, c. XX)

2.17.1. *Argumentos. Qué es*. «El boletín parroquial es la voz del párroco que se repite, incluso desde el púlpito de papel, para llegar a todos sus hijos. [...] Es la premu-

²⁶ *A las Hijas de San Pablo, 1929-1933*, vol. I, FSP-Casa General, Roma 2005, p. 536.

rosa bondad del pastor que quiere alcanzar también a esas almas, a todas esas almas, especialmente a las que no van a la iglesia a buscar al párroco, sino que se quedan lejos, o bien vagan fuera del camino de salvación ...Es la campana de papel de la parroquia» (p. 72s).

Importantísimo medio pastoral. El boletín parroquial sirve: 1) a quienes van a la iglesia, porque registra por escrito lo que oyen de viva voz; 2) a quienes no frecuentan la iglesia, muy numerosos: «quizás no haya otro medio para llegar a los ausentes» (p. 74); 3) a los adversarios, a los emigrados; 4) al párroco, para “hacerse todo a todos” cuantos quieren leer; 5) al desarrollo de todas las actividades parroquiales.

Práctica. El boletín parroquial es útil si lo escribe el párroco tratando materias religiosas; es «el sermón escrito» (p. 76) y el informador de la vida parroquial; debe disponer de una organización capaz de distribuirlo en cada familia; se requiere la participación de todos en los gastos necesarios.

2.17.2. *Pensamiento alberoniano.* En la colección de *Unión Cooperadores de la Buena Prensa* puede observarse cómo el Fundador atribuye gran importancia al boletín parroquial, explicando las diversas funciones que cubre y estimulando a los párrocos a considerarlo como el medio más adecuado para llegar incluso a todos los alejados de la práctica de la fe.

En esta perspectiva, el boletín parroquial constituye **la iniciativa de conexión** entre «la predicación oral y la predicación escrita», pues, mientras sirve para reforzar con el escrito la fe de cuantos ya van a la iglesia, es también el medio más útil para llegar a quienes no la frecuentan.

2.17.3. *Actualización.* La historia de los boletines y, más en general, de las revistas ligadas a las parroquias puede documentar los tiempos del desarrollo floreciente, del sucesivo bajón y del paso, para muchos, de la versión en papel a los “sitios” parroquiales presentes en las redes sociales. Sigue siendo de actualidad **la organización de la comunicación en las diócesis y en las parroquias**, no sólo con la preocupación de ofrecer informaciones, sino también como posibilidad de diálogo con cuantos no creen o no practican.

2.18. *La biblioteca parroquial*

(AS, c. XVII; AE, parte segunda, primera sección, c. XXXIV)

2.18.1. *Argumentos. Qué es.* «Es la continuación y complemento de la obra que el párroco hace en la iglesia. La biblioteca parroquial, en el sentido pastoral que aquí usamos, puede designar el conjunto de libros y de actividades que el párroco ejerce, para favorecer el espíritu religioso, por medio de sanas lecturas» (p. 78). Implica dos finalidades y dos tipos de libros: uno para mantener a las personas alejadas de malas lecturas, y otro tipo de libros para «completar la acción del púlpito y del cuidado pastoral en la iglesia» (*ib.*).

Hay bibliotecas para todo tipo de acción pastoral: sobre todo libros de ascética que «miran a completar la tarea del confesionario»; libros de carácter ameno y educativo como alternativa a libros de contenido negativo; libros de cultura para satisfacer la curiosidad de conocer; libros de religión. La biblioteca tiene un carácter pastoral: «es la *longa vox* del pastor a sus ovejas: la continuación de su ministerio que tiene por centro la iglesia» (p. 79).

Importancia. La biblioteca es «un centro de irradiación de la verdad» (*ib.*). Hablando desde el púlpito a la masa del pueblo, el párroco no siempre logra adaptarse a las necesidades de cada uno; en cambio, «al entregar un libro, trata de dar precisamente lo que concierne a las exigencias especiales. Es inteligente la obra de la biblioteca, aun donde no se lee mucho, pues constituye un medio de predicación» (*ib.*).

La obra de la biblioteca es doble: preserva de malas lecturas y ofrece una formación espiritual y moral. El confesor puede servirse de ella para indicar libros «que cumplen la tarea del confesionario» (p. 80); el párroco «puede entrar en contacto y conocer a muchos fieles que quizás de otro modo no se le acercarían» (*ib.*), y la biblioteca puede también «constituir un centro de difusión para los catecismos y buenas revistas» (p. 81).

Práctica. «Tanto mejor se forma la biblioteca cuanto más pastoral sea» (p. 81): capaz de responder a las expectativas de toda la población, mirando no sólo a los devotos sino «especialmente a quien es menos religioso» (*ib.*). Además debe ser preferentemente religiosa, de modo que las demás publicaciones converjan para reforzar la fe.

El párroco dedicará un cuidado directo a la biblioteca, eligiendo los volúmenes y distribuyéndolos con inteligencia y amor; debe «conocer los libros y conocer a los lectores íntimamente. Cuanto más corresponda el libro a las necesidades de cada persona, tanto más eficaz será. Requerirá un gran peso, pero es utilísimo deber, el examinar bien los libros, saber su contenido al menos sumariamente; examinar a cada individuo y la condición de su espíritu. Desde el púlpito, es diverso lo que se les predica a los hombres, de lo que se les dice a los niños; pues igualmente han de proporcionarse los libros al prestárselos a las personas» (p. 81s).

2.18.2. *Pensamiento alberoniano.* Ya en *Apuntes de teología pastoral*, el P. Alberione animaba al párroco a dotarse de «una biblioteca circulante», pues «un buen libro es un amigo fiel, un predicador que se deja oír en los momentos más oportunos» (n. 339). También en *La mujer asociada al celo sacerdotal* se confía al celo femenino la tarea de la buena prensa y la constitución de una biblioteca circulante (cfr. nn. 193-194).

En entrambos volúmenes cita él algunos “boletines” que informan regularmente de la aparición de nuevos libros dando también una valoración de los contenidos. Es ésta una idea que llevará al Primer Maestro a fundar, como parte del Apostolado de la prensa, la *Asociación general de bibliotecas*, presentada por primera vez en *Unión Co-operadores de la Buena Prensa* (27 de marzo de 1923), pero ya funcionando desde 1921. Finalidad de dicha Asociación es: «Unir todos los esfuerzos aislados para dar mayor desarrollo a la instrucción científica, profesional, educativa y moral de las masas, gracias a la circulación de óptimos libros, adaptos a la capacidad y las diversas necesidades de los lectores».²⁷

En 1960 el Primer Maestro relanza: «La Pía Sociedad de San Pablo instituyó en la Casa Madre (Alba) en 1921 la *Asociación General de Bibliotecas*, generalmente designada con su abreviatura A.G.B. Se trata ahora de *revitalizarla, actualizarla y reordenarla*: necesidades que se han evidenciado cada día más en estos últimos años» (*UPS*, IV, 61).

²⁷ Cfr. *La primavera paulina*, cit., p. 719.

También la “**propaganda a domicilio**”, confiada de modo particular a la generosidad y los sacrificios de las Hijas de San Pablo, es una forma de “difusión” del libro en cualquier lugar y familia, sabiendo adaptarlo a las necesidades de cada persona.

En 1946 el Fundador dio comienzo al *Boletín bibliográfico internacional*, con la finalidad de ser mensualmente la «reseña razonada de las mejores publicaciones a escala internacional» para ofrecerla también como servicio a las bibliotecas. La revista se cerraría en 1971.

2.18.3. *Actualización*. El Vaticano II, consciente de la necesidad de tomar en cuenta los “signos de los tiempos” en la evangelización, ha inoculado en toda la comunidad eclesial el deseo de mejorar la fe de cuantos creen y de entrar en diálogo con quien tiene otras creencias, o ninguna. La Iglesia, definida como pueblo de Dios, tiene la convicción de ser enviada a **todos los pueblos** sea para testimoniar explícitamente a Cristo, sea para animar con los valores cristianos las realidades terrestres, incluida la **cultura**.

Las iniciativas editoriales del P. Alberione, los boletines parroquiales y las bibliotecas parroquiales, consideradas **parte importante del Apostolado de la prensa**, manifiestan su sensibilidad pastoral por el pueblo y por quienes creen, para llegar también a ellos mediante el ministerio del párroco, de la mujer y luego del sacerdocio paulino con su específica evangelización.

Las exposiciones de libros, revistas y objetos en las parroquias, la iniciativa de la librería móvil que alcanza centros habitados aislados, el lanzamiento de novedades librerías con entrevista al autor, el envío de cartas-noticia y de catálogos, etc., son una continuación de la urgencia en hallar modos originales para llegar también hoy al vasto público.

2.19. *Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los principiantes*

(AS, c. XVIII; AE, parte segunda, primera sección, c. IV)

2.19.1. *Argumentos*. **Qué es**. Se trata de la popularización «de la doctrina cristiana: es la gran prensa, es la predicación ordinaria del apóstol» (p. 83). La primera instrucción religiosa se dirige a los niños, al pueblo y a quienes no tienen aún la fe: «Es la parte más necesaria en el Apostolado de la prensa» (*ib.*). El catecismo para toda categoría de personas «es la primera parte del ministerio-prensa» (p. 84) y puede valerse de varios medios: figuras, palabras, breves lecciones, reproducción de imágenes religiosas (incluso el cine sonoro), resúmenes de la doctrina cristiana.

Método. El espíritu pastoral, entendido como amor a Dios y al prójimo, ofrece dos reglas principales: 1) usar el método *cíclico* que se compone de una serie de temas progresivos sobre dogma, moral y culto; es decir adoptar el método *natural*, presentando una catequesis que se dirija a toda la persona: mente, corazón y voluntad; 2) método *vital* que incluye la totalidad de la fe para la totalidad de la persona. Es preciso un catecismo que se diferencie de la simple instrucción y educación para ser «formación de la nueva vida en Cristo» (p. 86).

Normas prácticas. 1) Sentir la misión de ser enviados a *evangelizar a los pobres*: «decididamente el Apostolado de la prensa debe cuidar a la gran masa de los hombres, la masa de los hijos de Dios, de los pobres a quienes pertenece el cielo. Es preciso tener un alto conocimiento del mundo y de los hombres: no es la forma de apostolado de quien sabe poco, sino la forma del apostolado verdaderamente sabio» (p. 87). 2) Se necesita un espíritu *pastoral*: una exposición atractiva y práctica que habla por experiencia. 3) La enseñanza debe ser *intuitiva*, no con argumentos complicados: «sed san-

tos y convencidos; y hablad como os dicta el amor» (*ib.*); «Jesús, Maestro de todo maestro, revistió siempre de forma sensible sus altísimas enseñanzas» y el apóstol de la prensa debe imitar su ejemplo «recurriendo a hechos, semejanzas, parábolas, imágenes, parangones sacados de la vida, de los usos diarios, con cuadros fijos o móviles, mudos o sonoros» (p. 88).

2.19.2. *Pensamiento alberoniano*. La primera propuesta de la fe, para quien no conoce la persona y la enseñanza de Cristo, sigue siendo para el P. Alberione la presentación del **catecismo**, completo en contenidos y explicado con método y medios que susciten interés en el oyente.

Ya en *Apuntes de teología pastoral* presenta él la catequesis como parte de la “predicación” del párroco (cfr. nn. 281-313) y en *La mujer asociada al celo sacerdotal* implica las habilidades femeninas en la catequesis (cfr. n. 192). La publicación del *Catecismo de la doctrina cristiana* por Pío X (1912) constituye un punto de referencia para su actividad no sólo en el seminario, sino también en sus fundaciones.

El Primer Maestro involucra de modo particular en la **actividad catequística** a las *Hijas de San Pablo*, mediante el apostolado de la comunicación, y a las *hermanas de Jesús Buen Pastor* en su misión parroquial; y considera como una de las “**riquezas**” introducidas en la Familia Paulina la actividad catequística, ejercida por él de seminarista y sacerdote diocesano de Alba: «La acción catequística se consideró siempre como la primera y fundamental. ...Ahora en Italia, y en otras naciones, el trabajo catequístico de la Familia Paulina se va extendiendo e intensificando» (AD 81).

En los ejercicios espirituales de 1960, tras haber trazado una breve historia de la catequesis, presenta el **programa** para el Apostolado de la prensa en este ámbito de la comunicación de la fe: «El apóstol de las ediciones contribuye a la obra catequística con todas sus iniciativas, especialmente colaborando en tres grandes actividades: la instrucción catequística, la formación catequística y la organización catequística» (UPS, IV, 124).

En la historia del movimiento catequístico antes del Vaticano II, la preocupación pastoral del P. Alberione merece ser señalada no sólo por su **empeño editorial**, sino también por la propuesta del **método integral** modelado sobre Jesús Maestro, Camino, Verdad y Vida.

2.19.3. *Actualización*. El Vaticano II, además de insertar la catequesis en el proceso general de la evangelización (cfr. *Ad gentes*, n. 17), la presenta como la parte importante del empeño educativo (cfr. *Gravíssimum educationis*, n. 4). Juan Pablo II, el 11 de octubre de 1992, publica el *Catecismo de la Iglesia católica*, al que seguirán el *Directorio general para la catequesis*, elaborado por la Congregación para el clero (15 agosto 1997) y el *Compendio del Catecismo de la Iglesia católica*, promulgado por Benedicto XVI (28 junio 2005). Las indicaciones dadas, sobre todo en el *Directorio general de la catequesis* sobre la valoración de la comunicación, confirman el empeño del carisma paulino en esta forma de evangelización.

2.20. *Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los proficientes*

(AS, c. XIX; AE, parte segunda, primera sección, c. IV)

2.20.1. *Argumentos. Qué es*. Se trata de la segunda instrucción religiosa que se dirige a los jóvenes ya catequizados, a la clase de cultura media, a quien va a pasar a ser mayor de edad, a quien está estudiando, especialmente a los estudiantes clérigos de

formación media. Esta etapa tiene el fin de «formar en el hombre el fundamento racional para su fe» (p. 89) y es importante para el tipo de personas a quienes se dirige.

En efecto, se trata de una minoría que, gracias a la cultura y a la edad, «dirigirá a las masas, sin ser grandes pensadores y escritores sino los divulgadores que efectuarán las transformaciones morales, intelectuales y espirituales de las multitudes» (p. 90). El ejemplo de san Pablo en el areópago de Atenas y el diálogo de Jesús con Nicodemo nos indican que el cuidado de las personas cultas es también parte obligada del Apostolado de la prensa.

Principios generales. 1) El método cíclico en su conjunto debe desarrollar las nociones basilares. 2) La fe hay que presentarla como el culmen de las ciencias y de la filosofía para formar en el joven la actitud al deber y no al placer. 3) Las virtudes deben ser presentadas de modo que puedan ser útiles en la batalla de la vida. 4) Es necesario acompañarlo todo con mucha oración, sobre todo litúrgica y capaz de involucrar la vida.

Normas particulares. 1) El estudio específico del talante humano de estas personas es fundamental: «El fruto del apostolado depende mucho de conocer los recursos del terreno, prepararlo y tratarlo» de modo adecuado (p. 92). 2) Prudencia, porque a menudo los doctos en algunos campos carecen de cultura religiosa; sin embargo hay que evitar el peligro de «querer abordarlos sacrificando la doctrina, la santidad y la gracia» (*ib.*).

2.20.2. *Pensamiento alberoniano.* Desde los comienzos, los **destinatarios** de la evangelización con la prensa han sido las masas alejadas de la fe y las personas que crean opinión en el público, identificadas por el P. Alberione con las personas de cultura.

En 1954, el Fundador incluye entre “**las cosas que hacer**” una atención particular a los intelectuales: «La Sociedad de San Pablo se preguntará a menudo: “¿A qué has venido?”. Ella lleve siempre a los intelectuales en el corazón; el Evangelio es cosa divina y en el fondo se ajusta a todas las inteligencias; es capaz de responder a todos los interrogantes de los hombres de todos los tiempos. Si se conquista a los intelectuales se pesca con la red y no sólo con el anzuelo» (AD 197).

2.20.3. *Actualización.* No faltan hoy iniciativas que pueden responder al deseo del Primer Maestro de que la Congregación «lleve siempre a los intelectuales en el corazón»: la selección y la involucración de autores en nuestra editorial multimedial, la valoración de docentes en nuestras facultades y centros de estudios sobre la comunicación, los intentos de involucrar en nuestros Institutos paulinos de vida secular consagrada y en la Asociación Cooperadores Paulinos a hombres y mujeres de cultura, etc. Pero cuando se pasa a considerar entre las “cosas que hacer”, enumeradas por el Primer Maestro —una de ellas, la “**síntesis de todas la ciencias**” (cfr. AD 191-196)—, es imposible no sentirse estimulados a pensar en otras iniciativas no sólo para evangelizar a los hombres de cultura, sino también para crear ocasiones de diálogo entre especialistas, incluso no creyentes, pero interesados en confrontarse con los valores de la fe.

2.21. **Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los perfectos**

(AS, c. XX; AE, parte segunda, primera sección, c. IV)

2.21.1. *Argumentos.* **De qué se trata.** Es la última etapa de la formación cristiana para llegar a ser un “*alter Christus*”, Camino, Verdad y Vida, con el estudio de las verdades que creer, de la moral y de la liturgia. Es necesario formar en la Iglesia la parte “docente” para la comunidad eclesial y una presencia cualificada en la vida social y cultural.

Metodología general. 1) Un serio estudio de la teología según las directrices de la Iglesia. 2) Un estudio metódico en cuatro tiempos: aprender lo que dicen los tratados de teología, plantear y resolver las dudas, verificar que la doctrina sea conforme a la enseñanza de la Iglesia y valorar la ciencia para vivir más santamente. 3) Para escribir, después de un estudio serio se requiere dominar con hondura la materia a tratar en constante fidelidad a la Iglesia, y mantenerse en humildad.

Metodología particular. 1) La teología debe inspirar y dar sentido a todo el saber y a todo el vivir humano, constituyendo la síntesis universal. 2) Las varias disciplinas teológicas se completan recíprocamente para ponerlas al servicio de la pastoral, teniendo a Cristo por modelo. 3) Pocos pueden escribir para la mente de los doctos, muchos para su corazón, poquísimos pueden colaborar en la investigación científica, pero es responsabilidad común valorar los resultados de la búsqueda, explicarlos y aplicarlos según el espíritu de la Iglesia. 4) Quien estudia y quien escribe de materias teológicas ha de cultivar una piedad ferviente para tener «más luces y gracias para sí y para los lectores» (p. 97).

2.21.2. *Pensamiento alberoniano.* Puesto que el ejercicio del Apostolado de la prensa está confiado al sacerdote, es preciso realizarlo como un acto “**docente**”: ejercicio de un cargo oficial, reconocido en su valor por parte de la Iglesia, con real eficacia en el pueblo. «Nuestro Instituto es docente. Hace suyas las verdades y enseñanzas de la Iglesia para presentarlas a las almas con la palabra y con los medios técnicos, conjuntamente en el sacerdote; unido a él, sólo con los medios técnicos en el discípulo, mirando a las almas. ...El Instituto enseña todo: en primer lugar lo que sirve directamente para el cielo, es decir la fe, la moral y el culto; y luego “todo lo que es bueno, todo lo que es verdadero...”» (UPS, II, 172).

El apóstol de la prensa, siguiendo al modelo, Cristo Maestro, ejerce una “**docencia**” en la experiencia de la fe, que él debe vivir como **maestro camino, verdad y vida** y proponerla como tal: no es una transmisión de contenidos sino un testimonio de vida. «El paulino se convertirá, con la formación cristocéntrica, en la debida proporción, en camino, verdad y vida según el espíritu de las Constituciones: condiciones necesarias para la santificación y para el apostolado» (UPS, II, 191).

2.21.3. *Actualización.* La historia de la actividad editorial paulina en los cinco continentes puede documentar el aporte dado al proporcionar **publicaciones útiles** también a cuantos tienen el cometido de la “docencia” en la Iglesia, sobre todo en la circunstancia del Vaticano II, tanto con el comentario a los documentos conciliares, como dando a conocer las obras de los mejores teólogos del tiempo.

Una esmerada reflexión sobre los **catálogos** de nuestra editorial internacional en el último decenio puede ayudarnos a mejorar nuestras publicaciones destinadas a quienes en la Iglesia tienen responsabilidad de docencia y de gobierno, y a quienes desempeñan papeles importantes en la vida social y cultural.

2.22. “*Omnia vestra sunt*” [Todo es vuestro]

(AS, c. XXI; AE, parte segunda, primera sección, c. III)

2.22.1. *Argumentos. Sometámonos a Jesús.* El Apostolado de la prensa tiene por fin atraer a todos hacia el Divino Maestro. El apóstol de la prensa, debe someter, él en primer lugar, la propia mente a la doctrina de Cristo, la propia voluntad a la voluntad de Dios y el propio corazón al corazón de Cristo.

Como Jesús se sometió al Padre. «Las mentes, las voluntades y los corazones tanto se someten al apóstol cuanto él mismo se pliega a Jesús Maestro» (p. 99). «Dejadle hacer a Dios, como si todo dependiera de él; y empeñaos tanto en el estudio, en el bien, en el celo, en la predicación como si todo dependiera de vosotros, para que el instrumento sea apto y dócil todo lo posible en las manos de Dios» (p. 100).

Con todo nuestro ser. Hay que empeñar la mente en el estudio de la ciencia sagrada y en dominar las «ciencias del apostolado, ciencias pastorales» (p. 101). La voluntad debe emplearse en adquirir las virtudes. El corazón manténgase unido a Dios y se haga pastoral: «amante de las almas, celante de su salvación, paciente en las obras, constante en las adversidades. Sea como el Buen Pastor» (p. 102).

2.22.2. *Pensamiento alberoniano.* Puesto que el Apostolado de la prensa es evangelización, el apóstol paulino empeñado en la actividad editorial no desempeña una “**ocupación**”, sino que se involucra personalmente en cuanto propone a los demás. El Apostolado de la edición es justo un proceso de «sacar de sí para comunicarlo a los demás». La calidad de la propia vida espiritual influye en la eficacia de la evangelización: no se puede dar lo que no se tiene.

«Apóstol es quien lleva a Dios en la propia alma y lo irradia a su alrededor. El apóstol es un santo que acumuló tesoros y comunica, de su abundancia, a los hombres. ...En frase de un escritor [el apóstol] transpira a Dios por todos los poros con sus palabras, obras, oraciones, gestos y actitudes, en público y en privado, en todo su ser. ¡Hay que vivir de Dios y dar a Dios!» (UPS, IV, 277s).

2.22.3. *Actualización.* La insistencia del Vaticano II en definir la identidad de la fe cristiana no como un conjunto casi separado de verdades que creer, leyes éticas que observar y ritos que celebrar, sino como síntesis de todo ello para obtener **un estilo de vida integral**, descarta el cristianismo como ideología, simple sistema doctrinal o elaboración de teorías teológicas.

La evangelización que se deriva de ahí es la oferta de un **modo de vivir**: «*La vocación universal a la santidad* está estrechamente unida a la *vocación universal a la misión*. Todo fiel está llamado a la santidad y a la misión. ...La espiritualidad misionera de la Iglesia es un camino hacia la santidad» (*Redemptoris missio*, n. 90).

2.23. **La redacción en el Apostolado de la prensa**

(AS, c. XXII; AE, parte segunda, primera sección, c. II)

2.23.1. *Argumentos. Qué es.* «La redacción es la exposición de la enseñanza dogmática, moral y litúrgica de la Iglesia, hecha por escrito, para que sea pan de vida para las almas. ...Es el “*docete omnes gentes*” realizado por escrito, ...como se hace con la predicación oral» (p. 103).

La redacción comprende la materia (el conjunto de verdades que enseñar) y la forma (el estilo, el género literario, etc.). La materia está confiada a la custodia e interpretación de la Iglesia, la forma a utilizar al escribir está sometida a los cambios históricos en las personas: «La doctrina de la Revelación no evoluciona sino que progresa el modo de comprenderla los hombres» (p. 104).

Qué implica. 1) El Señor no sólo habló sino que mandó escribir y conservar. 2) El escrito supera a la palabra porque es más preciso, puede difundirse en muchas copias. 3) Grandes transformaciones sociales están conectadas a escritos importantes. 4) Co-

mo la mala prensa tiene efectos muy eficaces, es necesario promover la buena prensa «oponiendo prensa a prensa, revista a revista, libro a libro, biblioteca a biblioteca» (p. 105). 5) Los nuevos inventos en la prensa «ofrecen medios eficacísimos de predicar las divinas verdades. Es preciso hacerse todo a todos para salvar a todos» (*ib.*).

Cómo debe hacerse. «Para convencer la mente bastará una gran doctrina, pero para convertir y salvar y santificar se necesita un corazón santo. Es preciso preparar en la oración y meditación la sustancia de cuanto se quiere escribir» (p. 106).

Escribiendo se juntan materia y forma; por eso es necesario tener presentes dos realidades: Dios y las verdades, ley y gracia que se quieren comunicar; y el grupo de personas al que nos dirigimos: «El pastor de almas y el apóstol de la prensa “son ministros de Cristo y dispensadores de los misterios de Dios”, están entre cielo y tierra. Con el ojo fijo en Dios y en su voluntad toman las riquezas del Señor; con el corazón y la boca abierta hacia los hombres distribuyen estas riquezas» (*ib.*).

Para adoptar la **forma** se necesita tener presente que se debe «dar a Dios a los hombres», por tanto se requiere tomar en cuenta la **preciosidad de los contenidos** (la Eucaristía se conserva en preciosos vasos sagrados) y «dar a los hombres a Dios», imitando a Cristo que se **encarna** en la naturaleza humana, va a buscar a los pecadores y habla de forma simple y comprensible.

2.23.2. *Pensamiento alberoniano.* La redacción realizada por los Paulinos es el objetivo que el Primer Maestro nunca abandonó: «Lo que asegura caminar por nuestra vereda es el amor a la redacción».²⁸ «Desarrollar la redacción mucho más que la revisión... La redacción no es un ministerio, sino nuestro ministerio. A los otros ministerios se dedican los retazos de tiempo; a la redacción el tiempo».²⁹

2.23.3. *Actualización.* La convicción de que la prensa y los demás medios de comunicación no los considere el P. Alberione simplemente como “**contenedores**”, donde baste verter contenidos religiosos para que produzcan efecto, se manifiesta en su modo de concebir la redacción, la parte más importante de la evangelización con la prensa, que debe **involucrar** la fe de quien escribe.

Describiendo la redacción como **la unidad de materia** (los contenidos religiosos) y **forma** (el modo de presentarlos por escrito), el Fundador añade que es preciso también saber unir Dios (su propuesta eterna) y hombres (quienes hoy leen). El escrito del apóstol ha de ser partir el pan según la boca de los lectores. La necesidad de adecuar la propuesta de la fe a las exigencias de los lectores requiere un conocimiento previo de la identidad de los mismos.

Juan Pablo II amplía el perfil de los “destinatarios”, incluyendo ámbitos territoriales, mundos y fenómenos sociales nuevos, áreas culturales o areópagos modernos (cfr. *Redemptoris missio*, n. 37). «La intimidad de la Iglesia con Jesús es una intimidad itinerante, y la comunión “esencialmente se configura como comunión misionera”. Fiel al modelo del Maestro, es vital que hoy la Iglesia salga a anunciar el Evangelio a todos, en todos los lugares, en todas las ocasiones, sin demoras, sin asco y sin miedo» (*Evangelii gaudium*, n. 23).

²⁸ *San Paolo*, febrero 1951; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 808.

²⁹ *San Paolo*, Rosario [octubre] 1946; cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., p. 253s.

2.24. *La propaganda*

(AS, c. XXIII; AE, parte segunda, primera sección, c. XXX)

2.24.1. *Argumentos. De qué se trata.* 1) «Es la prolongación, en el tiempo y en el espacio, de la obra del Maestro divino. ...En la Iglesia se perpetúa la consagración de Jesús *corporáliter* en las sagradas hostias y *mýstice* por la consagración de sus sacerdotes predicadores. Pero ahora, por medio del Apostolado de la prensa, es hora de predicar desde las terrazas lo que Jesús dice ocultamente» (p. 108). 2) Esta propaganda es bien diversa de la del comercio: «El apóstol observa cuáles son las mayores necesidades espirituales y morales de las almas y de las poblaciones, y luego escribe y difunde desde el púlpito de la prensa como el predicador hablaría desde el púlpito de la iglesia» (*ib.*). El precio hay que considerarlo como una oferta «para el pan de la verdad dado a los pobres de fe» (p. 109). 3) La propaganda debe llegar a todas partes, pero el apóstol de la prensa muestra preferencia por cuantos tienen necesidad de la fe: «Y es el ángel que recuerda a todos el destino eterno y los caminos del cielo; habla de Dios y del cielo a los hijos de Dios que miran sólo a la tierra» (*ib.*).

Importancia. «La propaganda es el gran problema en el Apostolado de la prensa. Porque las demás partes son para ésta, que es el canal por el cual la verdad, del alma del apóstol o, mejor, del corazón del Maestro, llega de veras a las almas» (*ib.*). El apóstol es un “dispensador” de bienes sobrenaturales a todos, pues apenas una sexta parte de la humanidad conoce el Evangelio: «A esas cinco sextas partes de la humanidad apunta decididamente el apóstol. ...Por eso hay que movilizar todos los elementos de difusión. ...El Apostolado de la prensa sin difusión es lámpara debajo del celémín; es una familia sin hijos» (p. 110).

Medios de difusión. 1) En la Iglesia el medio ha de ser *pastoral*: «El Apostolado de la prensa es remate y prolongación del apostolado de Jesucristo viviente en los pastores de la Iglesia: es una cosa sola con él» (p. 111). 2) El medio de Jesucristo: «*Ir a la gente, no aguardar a la gente*: ir entre el pueblo, por las casas visitando individuos y familias» (*ib.*). 3) El medio religioso: «*Crear un ejército* de lo más compacto y fervoroso de espíritu, expansivo en el amor a las almas. Se necesitan religiosos y religiosas y cooperadores suyos consagrados explícitamente a un ministerio tan santo» (p. 112) unidos en una auténtica organización.

2.24.2. *Pensamiento alberoniano.* Gran parte de las ideas sobre la propaganda expresadas en este capítulo las retoma, frecuentemente a la letra, en el curso de ejercicios de 1960 al tratar el mismo tema (cfr. *UPS*, IV, 84-97 y 140-151). Ello significa que, tras tantos años, el pensamiento del Primer Maestro sobre la propaganda permanece invariable por la importancia que le atribuye.

2.24.3. *Actualización.* La organización de la **difusión** constituye también hoy un empeño vital para la evangelización paulina multimedial. La redacción y la producción de obras apostólicas que no encuentran el favor del público no sólo plantea serios problemas de subsistencia económica, sino que interroga nuestra sensibilidad pastoral de comunicadores.

La búsqueda de mercado constituye, también para una empresa editorial, una necesidad para calibrar el producto sobre la demanda. Si es verdad que no podemos ratificar la misma metodología para una actividad editorial que es evangelización, tampoco podemos ignorar que «debemos salvar a los hombres de hoy».

2.25. *Culto a la Sagrada Escritura*

(AS, c. XXIV; AE, parte segunda, primera sección cc. VI e VII)

2.25.1. *Argumentos. Culto con la mente.* A la Sagrada Escritura se le da un culto de “latria”, como lo definieron los concilios Niceno y Constantinopolitano IV. Este último lo cita el P. Alberione «De hecho, las mismas verdades que expresa y enseña la disposición de las sílabas, también son aún predicadas e inculcadas por la disposición de los colores» (p. 116).

El culto a la Sagrada Escritura tiene orígenes y razones antiguas: 1) En la Sagrada Escritura Dios manda poner las tablas de la Ley en el arca donde estaba también el maná: «Como se ve, Dios ya en el Antiguo Testamento une en el honor y en el culto el maná, figura de la Eucaristía, Cristo-Vida, con las tablas y el libro de la Ley, parte de la Biblia, y figura del Evangelio, Cristo-Verdad» (*ib.*). 2) Los Concilios antes citados forman parte de la Tradición, que reserva a la Sagrada Escritura una veneración expresada también en la liturgia (liturgia de las horas, incienso, luces, reverencias, besos). 3) Las motivaciones racionales se deducen de que si se prescribe un culto de latria para las imágenes, lo mismo vale para la Escritura. 4) La fe en la Sagrada Escritura ha de ser *católica* (el Espíritu ilumina a cada lector, pero ilumina infaliblemente sólo a la Iglesia), *cristiana* (leer el Evangelio con el amor con que Cristo lo predicó), *sencilla* (semejante a la de María y de los apóstoles) y *fuerte* (creer el Evangelio implica amoldar a él la vida).

Culto con la voluntad. Citando autores que refieren las costumbres del culto prestado al Evangelio (ponerse de pie, beso, reverencia, etc.), el P. Alberione justifica y explica el significado de los tres signos de cruz trazados en la frente, los labios y el pecho al comienzo de la lectura del Evangelio (cfr. p. 120).

Culto con el corazón. 1) Hay que promover las procesiones con el Evangelio. 2) Contra las tentaciones es útil llevar consigo el Evangelio. 3) Puede honrarse el Evangelio con novenas y triduos. 4) En los momentos importantes y solemnes de profesiones y juramentos, se jura sobre la Biblia.

2.25.2. *Pensamiento alberoniano.* La valoración de la Sagrada Escritura, del Evangelio y de las Cartas de san Pablo es una constante en los escritos y en la predicación del Primer Maestro. Para justificar con argumentos teológicos la “predicación escrita”, hace referencia a Dios como “**primer autor y primer editor**”, pues es Él quien habla sea con las palabras de sus mensajeros sea mandando escribir. La Palabra de Dios se ha manifestado igualmente digna **con la voz humana** y con los **signos de la escritura**.

Puesta esta equivalencia, el P. Alberione yuxtapone la Sagrada Escritura al Pan eucarístico: Cristo es **alimento** de nuestra fe ya con el pan consagrado, ya con su palabra en los evangelios. Esta convicción explica sus instancias a **exponer el Evangelio** en las capillas paulinas junto al sagrario, o sobre el altar junto al ostensorio durante la visita eucarística.

Otras **costumbres** que muestran la importancia atribuida por él a la **Palabra de Dios**: exponer el Evangelio en los locales de la vivienda, particularmente en los de apostolado; llevar consigo un ejemplar del Evangelio en pequeño formato; aprender de memoria versículos del Evangelio antes de empezar las clases, etc. Particular empeño en la difusión capilar de la Biblia, incluyendo las ediciones artísticas, y la explicación con notas pastorales para grupos específicos de lectores.

2.25.3. *Actualización.* Las convicciones y las costumbres que el Primer Maestro nos ha dejado en herencia motivan aún hoy el amor por la Biblia como fuente de inspiración personal, veneración comunitaria y gran compromiso apostólico. **El interés por la Biblia y su difusión marcan una constante en los cien años de la Congregación.**

La preciosa y continua actividad desarrollada por la **Sociedad Bíblica Católica Internacional** (SOBICAIN), desde su erección pontificia (14 octubre 1960) a hoy, sigue siendo una expresión significativa del apostolado bíblico paulino.

Para actuar la **línea operativa 1.2.2** del IX Capítulo general, el Gobierno general ha encargado al *Comité Técnico Internacional del Apostolado* (CTIA) pensar en la creación de un «proyecto que coordine la pastoral bíblica de la Congregación», y el 4 de abril de 2013 ha aprobado el **Centro Bíblico San Pablo**.

2.26. *Los religiosos en el Apostolado de la prensa*

(AS, c. XXV; AE, parte primera, segunda sección, c. II)

2.26.1. *Argumentos. Campo.* Respecto al clero secular, los religiosos tienen cometidos en común y responsabilidades específicas. 1) En el Apostolado de la prensa cobran mayor amplitud de *predicación* (están a servicio no de una Iglesia territorial, sino universal), de *influencia* (se dirigen a todos los fieles) y de *gracias* (a las muchas responsabilidades se asignan muchas gracias). 2) En el Apostolado de la prensa tienen mayor *continuidad* (conjunto de personas que pueden ser valoradas). 3) En el Apostolado de la prensa despliegan mayor *intensidad* (el compromiso a tiempo completo permite llegar a ser incluso especialistas).

Eficacia. En la historia de la Iglesia surgieron instituciones religiosas para obras particulares: «Dios suscitó en todo tiempo hombres e instituciones conformemente a las necesidades. ...Así pues, también hoy deben darse familias religiosas para las necesidades actuales. Dios no cambia estilo; sepamos conocerlo y adoptarlo» (p. 124s).

Dado que hoy la prensa contraria a la fe es fuerte y está bien financiada, «es preciso contraponer una organización amplia, potente, de espíritu antiguo y formas modernas. ...Disponiendo de pocos medios humanos, hemos de combatir con los divinos, los que proceden de una vocación específica, de una educación específica, de una aprobación específica de la Iglesia para esto» (p. 125).

Esperanzas. «La Sociedad de San Pablo es uno de los institutos que, con la aprobación canónica, se dedica a esta parte del sagrado ministerio pastoral, mirando en primer lugar a la santificación de los propios miembros, y en segundo lugar al Apostolado de la prensa» (p. 125s).

La *Sociedad de San Pablo* está compuesta de religiosos, en parte sacerdotes y en parte laicos: «Sus sacerdotes tienen particularmente el oficio de escritores, mientras a los laicos se les reservan las partes de trabajo que, de hacerlo los sacerdotes, quedaría perjudicado el mayor bien» (p. 126).

La *Sociedad de Hijas de San Pablo* está al lado de la Sociedad de San Pablo, aunque separada por dirección y administración. «Tiene hermanas escritoras y hermanas que desempeñan trabajos comunes para la preparación y la propaganda del Apostolado de la prensa» (*ib.*). Necesitan una sólida preparación: una formación religiosa, intelectual y técnica.

Los *Cooperadores* en el apostolado son «aquellos que, en lo posible, imitan desde

el mundo la vida religiosa y de apostolado de las primeras ramas, ...dando al apostolado una potentísima y necesaria colaboración» (*ib.*).

2.26.2. *Pensamiento alberoniano.* Todavía en 1933, el P. Alberione presenta la **Sociedad de San Pablo** con referencia también a las **Hijas de San Pablo** y a los **Cooperadores** como tres “**ramas**” del mismo compromiso en el Apostolado de la prensa. El proyecto de la Sociedad de San Pablo como «**casa religiosa con tres órdenes**» se nos refiere por primera vez en el *Diario*³⁰ del beato Timoteo Giaccardo el 19 de octubre de 1917. Luego, ya desde 1924, existen también las Pías Discípulas del Divino Maestro, aunque hasta su reconocimiento oficial quedan incluidas entre las Hijas de San Pablo.

El proyecto alberoniano de la Familia Paulina, guiado por el Espíritu a través de problemas concretos creados por la necesidad de una verdadera identidad y las exigencias del Derecho canónico para la aprobación por parte de las autoridades de la Iglesia, experimentó desde el año 1900 al 1960 **una profunda evolución** para llegar a configurarse como es hoy: 5 Congregaciones religiosas, 4 Institutos paulinos de vida consagrada secular agregados a la Sociedad de San Pablo y la Asociación Cooperadores Paulinos.

El Fundador indica los elementos que fundan el ser “familia”: una espiritualidad común y apostolados específicos pero convergentes; además, por voluntad del Primer Maestro, todas las Instituciones están implicadas, cada una en un modo particular, en la evangelización con la comunicación.

2.26.3. *Actualización.* El programa del Primer Maestro de empeñar a todas las Instituciones de la Familia Paulina en la comunicación, no sólo es el querido por él, sino que hay al menos **dos fenómenos** que hacen aún más comprensible y vinculante esta herencia.

Desde el decreto *Inter mirífica*, el magisterio universal sobre la comunicación ha **movilizado a toda la Iglesia** para la evangelización en la comunicación. Como porción del pueblo de Dios, esta invitación se dirige también a toda la Familia Paulina.

Además, ya con el desarrollo de la comunicación en el periodo de consolidarse los *mass media*, pero más aún con el surgir y el desarrollo vertiginoso de la **comunicación digital**, la comunicación ya no es un “**medio**” a usar para el apostolado, sino «**un estilo de vida**», «**un modo de estar en el mundo**», «**un ambiente existencial**» que abraza todo y a todos. La comunicación digital, para la Familia Paulina, no es para tomarla en consideración únicamente con el fin de poner al día el apostolado, sino para “**repensar**” en sincronía las cuatro ruedas del carro paulino con el fin de evangelizar también en la comunicación digital.

2.27. *Los pecados de la prensa*

(AS, c. XXVI; AE, parte segunda, primera sección, c. XXXVIII)

2.27.1. *Argumentos. Son grave ofensa a Jesús Maestro.* «La mala prensa levanta la cátedra de la mentira contra la cátedra de la verdad» (p. 127). Los pecados de la prensa van contra el Padre, el Hijo, el Espíritu Santo; intentan la ruina espiritual del hombre; se multiplican fácilmente; constituyen un escándalo público para muchos; son pecados graves en el modo, pues hay premeditación; son expresión de muchos que combaten de varias formas contra el bien; son el resultado de grandes organizaciones con división de

³⁰ José Timoteo Giaccardo, *Diario*, páginas escogidas, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2004, cfr. pp. 97-100.

tareas para evidentes fines económicos e ideológicos. Resultan moralmente responsables, si bien en modos diversos, cuantos colaboran para preparar la mala prensa. El Código de derecho canónico prevé sanciones especiales de condena para la mala prensa.

Exorcizarlos y repararlos. Hay que rezar por la conversión de quienes difunden la mala prensa. El P. Alberione indica la oración *Para quien tiene sed de almas como Jesús*. Debe evitarse cualquier forma de colaboración realizable «con la prensa, la difusión, la lectura, el concurso moral o material» (p. 133). Y hay un compromiso de reparación «al Corazón de Jesús por los miserables estragos que la mala prensa hace contra la doctrina de Jesucristo Maestro» (p. 134) con el rezo de plegarias, la lectura del Evangelio, la celebración del primer domingo del mes en honor de Jesús Maestro, las visitas al Santísimo, la participación en la celebración eucarística.

2.27.2. *Pensamiento alberoniano.* El Primer Maestro, a lo largo de toda su existencia, consideró la “reparación” de los pecados de la mala prensa como **un auténtico apostolado**, confiado a todos, pero de modo especial a las Hermanas Pías Discípulas del Divino Maestro y a los Discípulos del Divino Maestro.

La reparación típica del apostolado paulino se concreta en la **propuesta alternativa** de lecturas y buenos programas radiotelevisivos: «Todos los días reparáis los pecados cometidos con los medios modernos de la radio, cine y prensa. ¿Cómo? Trabajando en el apostolado, obrando en sentido opuesto a quienes se valen de estos medios para corromper, para esparcir doctrinas falsas, contrarias a Jesucristo, para erigir cátedras contra la única cátedra de la verdad: la de Jesucristo, Maestro único. ¡Qué hermosa reparación hacéis! No de palabra, no de sentimiento, sino de hecho».³¹

2.27.3. *Actualización.* El apostolado de la reparación hay que verlo como parte del apostolado de la oración por cuantos se sirven de los productos comunicacionales para fines no respetuosos de los valores positivos para la persona y para la sociedad.

La Familia Paulina pretende **continuar** el apostolado de la oración por todos los que se sirven de la comunicación y, al mismo tiempo, **proseguir y mejorar** en ofrecer al público de la comunicación una alternativa interesante, sea en el modo de comunicar, sea en los contenidos.

Una incumbencia particular en este apostolado toca a los **Paulinos que ya no están directamente ocupados en el apostolado**: los **ancianos** y los **enfermos**. La oración de estos hermanos estará motivada tanto más cuanto se les tenga informados regularmente sobre las iniciativas apostólicas en marcha. La información ayuda y estimula una oración orientada a las necesidades apostólicas.

2.28. *Fiesta del Divino Maestro*

(AS, c. XXVII; AE, parte segunda, primera sección, c. XXXVI)

2.28.1. *Argumentos. Preparación.* «Fiesta denominada del Evangelio o del Divino Maestro o de la Buena Prensa: son diversas expresiones para indicar la misma cosa» (p. 135). El nombre preferido sería «fiesta del Divino Maestro», pues «en efecto es la fiesta de la doctrina de Jesucristo» (*ib.*).

«El mundo se distingue en dos escuelas inmensas: la escuela de Jesucristo y la cátedra del demonio; Jesucristo envía a sus apóstoles, ...y el diablo tiene incontables

³¹ *Para una renovación espiritual*, preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina, Cinisello Balsamo, 2006, p. 207.

emisarios» (*ib.*). «El Apostolado de la prensa, así como el apostolado de la palabra, es uno de los medios para dar a conocer y comunicar la Verdad, Jesucristo; entrambos honran al Maestro Divino» (p. 136).

Indicaciones para celebrar la fiesta del Divino Maestro: 1) un triduo de predicación sobre la obligación de estar con el Divino Maestro; 2) confesión y comunión; 3) bendición y distribución del Evangelio para cada familia; 4) una hora de adoración eucarística con exposición del Santísimo y del Evangelio; 5) al final, una promesa solemne de ser verdaderos discípulos del Divino Maestro.

Guía práctica. El triduo puede incluir: 1) exposición del Divino Maestro eucarístico; 2) predicación sobre las verdades eternas, por la mañana, e instrucciones por la tarde; 3) adoración eucarística por grupos durante la jornada; 4) bendición eucarística al cierre del día.

La iglesia tiene que estar adornada con luces, flores, decoraciones para crear un ambiente favorable a las celebraciones y a la oración. Los argumentos de las instrucciones de la tarde: Jesucristo como único Maestro por naturaleza; la misión de enseñar de la Iglesia y del sacerdote; los efectos de las enseñanzas de la Iglesia.

Conclusión. En la exhortación final proponer un empeño por el Evangelio al estilo de las promesas bautismales para motivar un compromiso de vida cristiana con la mente, con la voluntad y con el corazón. Como frutos concretos: bendición y adquisición del Evangelio para llevarlo a cada familia y formación del grupo o sección Cooperadores del Apostolado de la Prensa.

2.28.2. *Pensamiento alberoniano.* El P. Alberione conecta su compromiso para la difusión del Evangelio a una experiencia en el seminario: «De este modo se comenzó en 1903, entre los seminaristas de Alba, la campaña de la difusión de la Biblia... y la difusión amplísima del Evangelio; se despertó un gran fervor entre los seminaristas y se celebraron las primeras jornadas del Evangelio» (AD 145).

Más aún, considera la Jornada del Evangelio como una «de las abundantes riquezas» de Dios: «Hubo un tiempo (el año escolar 1906-1907) en que él [Alberione] tuvo una luz más clara acerca de una gran riqueza que el Señor quería conceder a la Familia Paulina: la difusión del Evangelio, extendida hoy a una veintena de naciones, de diversas formas, especialmente con las Jornadas del Evangelio» (AD 136). Presentando esta iniciativa, precisa con admiración: «¡Cuánta fuerza tiene [la fiesta de Jesús Maestro] para difundir el Evangelio y llevarlo a la lectura en las familias!».³²

En el *San Paolo* de noviembre 1952 (n. 2), el Primer Maestro ofrece una guía teórico-práctica para la celebración de la Jornada del Evangelio.³³ En los ejercicios espirituales de 1960, retoma el argumento, volviendo a las ideas de AS y subrayando con fuerza que «la palabra sagrada no está reservada a ninguna categoría particular de personas, sino a todo el pueblo» (UPS, IV, 95; cfr. 91-97).

2.28.3. *Actualización.* En la Congregación y en la Familia Paulina han tenido continuidad y aún ahora se celebran con fruto las *Jornadas del Evangelio* queridas por el Fundador. El objetivo de llevar a todos a leer directamente el Evangelio y la Biblia se ha alcanzado también con otras iniciativas: semanas bíblicas, concursos bíblicos tele

³² *Unión Cooperadores de la Buena Prensa*, 15 junio 1927; cfr. *La primavera paulina*, cit., p. 464.

³³ Cfr. *Carissimi in San Paolo*, cit., pp. 563-567.

transmitidos, cursos de lectura bíblica, ediciones artísticas del Evangelio y de la Biblia, productos multimediales, *ebooks*, aplicaciones digitales, etc.

La característica de las iniciativas paulinas que enriquecen las jornadas del Evangelio debe ser “**pastoral**”: alcanzar al mayor número de personas interesándolas en la lectura de la Palabra de Dios y, al mismo tiempo, ayudarlas en la comprensión e interpretación con notas y explicaciones adaptadas. Los proyectos bíblicos de nuevas traducciones dotadas de notas “pastorales”, como los concibió el P. Alberione, entran en la fidelidad creativa que continúa sus insistentes indicaciones.

2.29. *La Santa Biblia y el Apostolado de la prensa*

(AS, c. XXVIII; AE, parte segunda, primera sección, c. V)

2.29.1. *Argumentos. La Biblia para el apostolado de la prensa es la Verdad*: «En el Apostolado de la prensa es tan esencial que con la Biblia sola ya subsiste en sus elementos esenciales, y sin ella el Apostolado de la prensa no puede vivir de ningún modo, aunque a veces se haga algo parecido» (p. 141).

1) Dios manda escribir y asiste a los hagiógrafos; los Apóstoles, los Papas como representantes de Dios, escriben. «El Apostolado de la prensa es la continuación de la obra de Dios» (*ib.*). 2) En el Apostolado de la prensa se dicen las verdades bíblicas: «Los sacerdotes reflejan las enseñanzas, las comunican, las potencian con la prensa» (p. 142), dando también las exposiciones bíblicas a través de los hechos históricos que son como una tela sobre la cual Dios ha escrito y sigue escribiendo. 3) «El objeto primario del Apostolado de la prensa es el mismo que el de la Biblia: las verdades concernientes a Dios y al alma» (*ib.*). 4) El fin es el mismo: «Que Dios sea glorificado y que las almas lleguen a la eterna salvación» (*ib.*). 5) El medio es idéntico: «La Sagrada Escritura y el Apostolado de la prensa se valen de la misma voz: el escrito» (p. 143). 6) Para dar las verdades bíblicas es necesario asimilarlas: «Todos deben leer; pero el apóstol de la prensa más que todos, antes que todos, con más constancia que todos. Quien lee el Libro divino capta el lenguaje divino, adquiere la eficacia divina. ...Quien lee diariamente la Biblia logra realmente hablar las palabras de Dios» (*ib.*).

La Biblia para el Apostolado de la prensa es el Camino. «El verdadero Apostolado de la prensa ha de modelarse sobre Dios Escritor, o sea sobre la Sagrada Biblia. ...El Apostolado de la prensa tenga: *a*) carácter de universalidad; *b*) resuelta sencillez y claridad; *c*) conveniencia de impresión» (p. 144).

Universalidad: puesto que Dios quiere que todos los hombres se salven, el Apostolado de la prensa debe ser universal en cuanto a los lugares, a los hombres y al contenido. *Sencillez*: «es la dote que debe descollar en la prensa religiosa popular, pues se dirige a la masa de los hombres: agricultores, obreros, pobres» (p. 145). Al modo como la Eucaristía se da bajo las apariencias más comunes, así también el Apostolado de la prensa, bajo el aspecto de un libro modesto, contiene las verdades divinas. *Conveniencia de impresión*: poner por escrito la palabra significa ofrecer otro modo importante para la salvación de todos. «Considérese el Apostolado de la prensa como pan, y por tanto llegue y nutra a todos» (p. 146).

La Biblia para el Apostolado de la prensa es la Vida. 1) El amor mueve a Dios a hablar y a escribir a los hombres. Los santos no quieren el paraíso sólo para ellos sino también para el prójimo. San Pablo es feliz con las comunidades cristianas fundadas. 2) La eficacia del Apostolado de la prensa es semejante al de la Biblia: si los Padres y los

Santos leyendo la Biblia se decidieron a hacerse santos y a emplearse en salvar las almas, lo mismo ha de ser el Apostolado de la prensa que lleva a amar a Dios y al prójimo. Cuanto más se surte uno de la Eucaristía, tanto más obtiene una transformación; cuanto más hace uno acopio de la Biblia, tanto más obtiene los beneficios que ella produce (cfr. p. 147). 3) Los escritores sagrados y los apóstoles no se apoyan en sí, sino en la asistencia divina; así también el apóstol de la prensa debe cultivar el espíritu de oración y la recta intención. «La oración preceda, acompañe y siga al apostolado; la recta intención sea el resorte que determine a escribir, a imprimir, a difundir» (p. 148). 4) «La difusión del santo Evangelio en particular, y de la Biblia en general, ha de constituir siempre la obra esencial del Apostolado de la prensa» (*ib.*). Los fines de la difusión de la Biblia son: presencia, honor y lectura del Evangelio en cada familia; que el Evangelio se lea en las escuelas donde se forma la juventud, pues Cristo es el verdadero Maestro; que el Evangelio se lea y se comente en la iglesia, sobre todo los domingos; que el Evangelio lo lean y mediten las personas y las categorías profesionales (cfr. p. 148s).

2.29.2. *Pensamiento alberoniano*. Relacionando la Sagrada Escritura y el Apostolado de la prensa para relevar que **entrambos** contienen las mismas **verdades**, indican el mismo **camino** y sirven para nutrir la misma **vida** sobrenatural, el P. Alberione fundamenta la equivalencia entre «predicación oral y predicación escrita» en que la primera predicación escrita es la Biblia. El Apostolado de la prensa es la continuación de la obra de Dios “escritor”. Además retoma otra equivalencia: el pan eucarístico y el Apostolado de la prensa; **entrambos** son “alimentos” para la vida espiritual de los fieles, y hay que partírselos para adaptarlos a la “boca” de quien los recibe: «El Apostolado de la prensa debe considerarse como pan, lo que quiere decir que debe llegar a todos y nutrirlos. Debe difundirse muy especialmente la Biblia, que debería llegar a las manos de todos los hombres, al menos el Nuevo Testamento. Por consiguiente modelar todo el apostolado según Dios» (*Leed las Sagradas Escrituras*, n. 193).³⁴

Si el Apostolado de la prensa lleva a leer la Biblia, ha logrado su objetivo: «El apóstol de la prensa que desempeñara bien esta parte, cumpliría ya lo esencial de este ministerio; en cambio, todo lo demás, sin la Biblia no sería suficiente; pues la obra bíblica es necesaria e insustituible» (*Ib.* n. 292).

2.29.3. *Actualización*. El amor por la lectura de la Biblia y su difusión capilar es una **herencia** que el Primer Maestro ha dejado a toda la Familia Paulina. Considerando la praxis del tiempo que, por lo general, reputaba “inoportuna” la lectura de la Biblia por parte del pueblo cristiano, y teniendo asimismo presente el movimiento bíblico promovido por varios estudiosos y algunos documentos papales, el P. Alberione, sirviéndose del “método camino, verdad y vida”, da su aporte a una **lectura “pastoral”** de la Biblia en las familias, en la escuela y en la iglesia.

Para actualizar una “lectura pastoral” alberoniana es necesario valorar lo dispuesto progresivamente para **los estudios bíblicos**. León XIII, tras haber publicado la encíclica *Providentissimus Deus* (18.11.1893) sobre el estudio de la Sagrada Escritura, funda la *Pontificia Comisión Bíblica* con la carta apostólica *Vigilantiæ Studiique* (30.10.1902). Pío XII emana la encíclica *Divino Afflante Spiritu* (30.09.1943); el Concilio Vaticano II aprueba la Constitución dogmática *Dei Verbum* (18.11.1965); la Pontificia Comisión Bíblica publica *La interpretación de la Biblia en la Iglesia* (15.04.1993), texto del que

³⁴ «*Leed las Sagradas Escrituras*», preparado por A. Colacrai ssp, Cinisello Balsamo, 2004.

se hace un balance el 2.05.2003 con motivo de los 100 años de fundación de dicho organismo; Benedicto XVI publica la exhortación apostólica postsinodal *Verbum Domini* (30.09.2010).

La interpretación de la Biblia, que sabe sacar fruto de los varios métodos de estudios que se integran y completan, debe mantener para los Paulinos y Paulinas el objetivo “pastoral” deseado por el P. Alberione: «Sea el pan diario, el que los padres de la familia de Dios, los párrocos, dan a sus hijos. Se trata de un sacramental» (*Presentación en La Sagrada Biblia*, 1968).

2.30. *La propaganda en la prensa del apostolado*

(AS, c. XXIX; AE, parte segunda, primera sección, cc. XXVI, XXVI/bis, XXXI, XXXII, XXXV)

2.30.1. *Argumentos*. La publicidad en la prensa tiene tres finalidades: intelectual, moral y económico.

Propaganda con fin intelectual. «El libro, al revista, el periódico son unos maestros que enseñan continuamente. Dar buenos libros es dar buenos maestros a la humanidad» (p. 150). En todos los continentes hoy en día se publican libros y revistas que, en lo concerniente a la fe, la moral y el culto, han de ser examinados por la Iglesia para dar un parecer, lo cual constituye parte de su misión evangelizadora. Pero la Iglesia con su autoridad no puede controlarlo todo, y por eso el Apostolado de la prensa puede dar vida a tres actividades de ayuda a la obra verificadora de la Iglesia.

1) «Una revista general, que examine e indique el camino a editores, libros, periódicos, tipógrafos, impresores y divulgadores de toda clase, en todo el mundo; que juzgue e indique lo bueno y condene lo malo; que haga llegar tales juicios a todos los hombres, especialmente a quienes en la Iglesia y en la sociedad ejercen de guías de las masas del pueblo y de los lectores» (p. 151).

Cometidos de esta revista serían: invitar a todos a usar la prensa para el bien de las personas; explicar cuáles son los argumentos más importantes que tratar; iluminar con los principios evangélicos toda la actividad de la prensa; indicar a los lectores las fuentes seguras y sanas; mantener la guardia sobre las publicaciones nocivas; frente al progreso de las ciencias, ofrecer los principios cristianos para responder a las nuevas necesidades.

Se trata de una revista para quien desea conocer «el estado del saber del propio tiempo, los puntos aún controvertidos y los resultados ya alcanzados y pacíficos» (p. 152). El título podría ser *Revista de cultura*, *Revista de revistas*, *Maestro Divino*. Para realizar una tal revista que se interesa de los libros de todas las disciplinas en todo el mundo, se necesita un “colegio de redactores” (*ib*).

2) Una revista de guía para la evaluación de los libros. El ejemplo indicado por el P. Alberione es la *Revista de lectura*: juzgar el contenido de los libros de lectura popular para dar un juicio moral; los libros se distinguen en excluidos, leídos con cautela, incluidos en las bibliotecas. Revista útil para bibliotecarios y lectores.

3) Recensiones de libros. Ofrecer un resumen, relevar los puntos principales y dar una valoración sobre la cualidad intelectual y moral de la obra. El apóstol de la prensa, que indica cómo favorecer el bien y contrastar el mal, es «un imitador de Dios» (p. 153).

Propaganda con fin moral. «La crítica negativa del mal es el llanto de los ociosos» (p. 154); hay que condenar el mal, pero sobre todo ilustrar ampliamente el bien: pro-

paganda del bien, hablar de lo positivo, ilustrar el bien; no pasar el tiempo en lamentarse del mal, sino oponerse a él con sus mismas armas.

La *parte negativa* para oponerse al mal: la prensa puede utilizarse para apoyar, convencer y crear opinión sobre leyes, costumbres, necesidades y prácticas que son contrarias a las enseñanzas de la Biblia y de la Iglesia. El apóstol de la prensa debe denunciar, criticar y corregir.

La *parte positiva* para indicar el bien: el creyente que ha asimilado el pensamiento de Cristo es discípulo del Maestro divino y por tanto enseña con autoridad. Es preciso que los hombres se convenzan de que Jesucristo es verdad, camino y vida. Los organismos internacionales que promueven valores positivos hay que darlos a conocer y sostenerlos; todas las realidades a escala nacional deben valorarse con criterios de fe: «El apóstol de la prensa lo considera todo a la luz de la recta razón y del Evangelio; luego hará propaganda o bien pondrá en guardia a los fieles» (p. 157).

«El apóstol de la prensa no debe escribir sólo de manera moral, sino decididamente predicarla y aplicarla a la vida» (*ib.*). «El apóstol de la prensa ve la vida de las naciones, de las familias y de los individuos; ve las obras y las iniciativas; las juzga según Dios y distingue lo que es de Éste y lo que es del mal» (p. 158).

Propaganda con fin económico. Muy difundida. Principios para valorar este tipo de propaganda: 1) hay un aspecto moral que sopesar siempre; 2) «cuanto más una revista católica pueda prescindir de esta propaganda, mejor perseguirá el fin del Apostolado de la prensa, pudiendo dedicar enteramente el espacio a la difusión del pensamiento» (*ib.*); 3) ayudar a la prensa con la prensa, pidiendo aportes económicos que la sostengan; 4) vigilar sobre los contenidos de la publicidad, pues se debe rehusar todo lo que es contrario a la fe y a la moral; 5) los buenos han de sostener a los buenos y por tanto ayudarse; 6) muchos no hacen caso a la publicidad, pero hay quien la observa: «Quien da orientación a la prensa, es apóstol incluso cuando dispone la propaganda y el anuncio económico» (p. 159).

2.30.2. *Pensamiento alberoniano.* Ya en *Apuntes de teología pastoral*, el P. Alberione indica al párroco la preciosidad de revistas que informan sobre la publicación de nuevos libros y dan una reseña sobre el contenido y utilidad para el tipo de lectores (cfr. nn. 278-279; 339-340). El mismo argumento está tratado también en *La mujer asociada al celo sacerdotal* (cfr. n. 194).

La convicción de que el Apostolado de la prensa no es sólo **editar libros**, sino dar un **servicio de información y valoración de los libros** publicados por otros, lleva al Primer Maestro, como ya hemos recordado, a fundar el *Boletín bibliográfico internacional* (1946-1971), definido como «Reseña razonada de las mejores publicaciones».

En el curso extraordinario de ejercicios espirituales de 1960, retoma el tema de la propaganda-difusión, reafirmando muchas de las convicciones que encontramos en AS, sobre todo la necesidad de responder con las publicaciones a las necesidades del público: «El apóstol estudia las mayores necesidades espirituales y morales de las almas y de las poblaciones, y luego escribe y difunde desde el púlpito técnico, como el predicador desde el púlpito de la iglesia» (*UPS*, IV, 86).

2.30.3. *Actualización.* Las posibilidades ofrecidas por la comunicación en red están también a disposición del apostolado de la “**mediación cultural y pastoral**” para la valoración de publicaciones impresas y obras multimediales: ello completaría cuanto

se realiza hace tiempo con nuestros catálogos, las reseñas en las revistas y con la presentación de nuestras publicaciones. Juicios, evaluaciones y experiencias, expresadas en la red por los lectores y por cuantos se sirven de internet, son a menudo criterios utilizados por otros para decidir cómo proceder.

Es preciso también seguir mejorando la “**propaganda del bien**”, sobre todo trámite nuestras revistas que, sin ignorar o censurar hechos y fenómenos negativos, saben crear noticia proponiendo personas positivas y obras de bien; lo contrario de muchas publicaciones que permanecen indiferentes o prefieren resaltar escándalos y estafas.

La valoración de la publicidad de otros como **recurso** para nuestras publicaciones y otras iniciativas apostólicas hay que observarla con constante atención, porque constituye también un claro índice de la **aceptación** de nuestros contenidos y, para nosotros, es el espejo de nuestros destinatarios efectivos.

2.31. **Conclusión**

(AS, Conclusión; AE, parte segunda, primera sección, c. XXXVII)

2.31.1. *Argumentos*. Los principios expuestos precedentemente se aplican ahora a la Sociedad de San Pablo, con la descripción de las normas prácticas para el Apostolado de la prensa.

En la redacción. «Esta tarea es la explicación, la vulgarización y la defensa de las verdades cristianas concernientes a la fe, la moral y el culto, por medio del escrito, que deberá multiplicarse con la prensa» (p. 160). Destinatarios privilegiados son el pueblo sencillo, los niños, los hombres. El método es el de instruir y catequizar. La forma será clara y simple. Se usarán todos los medios posibles con la prensa. Los contenidos: doctrina de la Iglesia, Biblia y Tradición.

Se necesitarán dos “*imprimatur*”: uno de la Congregación y otro, más valioso y definitivo, de la autoridad diocesana. Para mantener el carácter espiritual del Apostolado de la prensa, evitando cualquier forma de comercio e industria, se puede «imprimir y difundir solo lo escrito por los propios miembros o querido por las competentes autoridades de la Iglesia» (p. 161). Quedan prohibidas otras formas de contratos con externos tanto de autores como de clientes.

La revisión de los manuscritos se encarga a Paulinos de confianza que expresarán su parecer por escrito, y se conservará en los archivos; la revisión será sobre la doctrina dogmático-moral, la utilidad de la publicación para la espiritualidad, la forma redaccional, la conveniencia de la publicación respecto a un público específico. Hay que atenerse a las normas del Derecho canónico y a las demás disposiciones de la Santa Sede.

Los criterios para seleccionar e imprimir son dos: «La mayor gloria de Dios y el mayor bien de las almas, excluyendo todo fin simplemente humano, artístico, industrial o comercial» (p. 163). Los contenidos esenciales son «las verdades religiosas para la salvación de las almas. En todo lo demás... mirarán sólo a disponer mejor el alma a la lectura, la fe, la moral y el culto» (*ib.*).

En la prensa. Imprimir es pasar al papel o a otro material los contenidos redaccionales. Los medios de la tipografía deberán ser los más adecuados y modernos, propiedad de los Paulinos y usados con cuidado y profesionalidad. El precio es la oferta para la buena prensa.

En la propaganda. Los contenidos impresos pasan a las manos de los lectores gracias a la propaganda, tratando de alcanzar sobre todo a quienes no frecuentan la iglesia

y no están en contacto con el párroco. La difusión lleva al público el fruto de las numerosas iniciativas editoriales de los Paulinos: actas papales y catecismos, vidas de santos, difusión de la Biblia y del Evangelio; popularizar los Padres y Doctores de la Iglesia, popularizar la liturgia, servirse de los boletines parroquiales y de periódicos de formación religiosa, litúrgica y moral.

La difusión se hace con catálogos, publicidad en los periódicos, bibliotecas, suscripciones, centros de difusión, librerías y propaganda en las familias. Los propagandistas a domicilio han de respetar una serie de reglas para salvaguardar la propia vida religiosa y el apostolado (cfr. p. 165s).

En los trabajos tipográficos y en la propaganda, los Paulinos pueden servirse «también de externos-laicos retribuyéndoles» (p. 168). Cuando se abre una nueva casa hay que obtener el permiso para el vocionario, la tipografía y el centro de difusión.

2.31.2. *Pensamiento alberoniano*. En la descripción de cómo la Sociedad de San Pablo realiza el Apostolado de la prensa, encontramos ya **la integralidad del proyecto de nueva evangelización** que el P. Alberione ampliará a los demás medios y que, a continuación, intento sintetizar.

El Apostolado de la prensa es verdadera evangelización: es la predicación escrita junto a la predicación oral. No era necesario fundar una Congregación para tener en la comunidad eclesial otra casa editorial católica. El apostolado no se debe interpretar sólo como pura “actividad editorial”, sino como “actividad editorial” puesta al servicio de la evangelización, tal como se hace en la vida de parroquia.

La actividad “editorial” es la forma concreta de testimonio en la evangelización con la comunicación. La tarea editorial implica alcanzar la propia experiencia de fe, personal y comunitaria, y proponerla a los demás; no cabe ser unos simples “vendedores” de productos religiosos, sino que es preciso involucrarse en lo que se da.

Evangelizar significa ante todo proponer el Cristo integral (dogma, moral y culto) a la totalidad de la persona (mente, corazón y voluntad) y, como preparación al anuncio explícito, interpretar todo lo humano con los valores del Evangelio. La experiencia de fe no puede ser sólo doctrina, sólo ética o sólo culto e interesar únicamente a la mente, a la voluntad o al corazón: es un todo lo que se debe proponer a la totalidad de la persona. No es necesario hablar siempre de religión, sino hablar también de lo humano con principios cristianos.

Los destinatarios que privilegiar son las masas alejadas de la fe y las personas de cultura que, creando opinión, ejercen una influencia social. La evangelización paulina es para todos, pero dando la precedencia a quienes nunca han oído hablar de Cristo.

La elección de los destinatarios indica asimismo las prioridades editoriales: catecismo, Biblia, tradición. El primer anuncio en forma de catecismo abre a la lectura de la Biblia y a la inserción en la tradición teológica y magisterial.

La prensa es el medio más apto para llegar a cuantos no frecuentan la iglesia. Es preciso servirse de todos los medios y transformarlos en ocasión de encuentro con Cristo para cuantos no van a buscar la fe en la vida parroquial.

El uso de la prensa y de los demás medios para la evangelización requiere una organización del trabajo (redacción, técnica, difusión) y de las personas (sacerdo-

tes, laicos consagrados, religiosas, laicos). No es posible la evangelización con la comunicación sin una organización que permita la colaboración de distintas competencias.

La organización más adecuada es el estilo de vida consagrada apostólica donde todos los elementos están supeditados a la misión. La vida consagrada ofrece ventajas más numerosas para realizar la evangelización con la comunicación.

La espiritualidad, la formación, la vida comunitaria, los votos religiosos, las especializaciones, la búsqueda de personal, deben tener como objetivo el preparar los apóstoles de la prensa y de la comunicación. Las exigencias de la misión requieren una preparación integral, personal y comunitaria.

2.31.3. *Actualización.* Para actualizar el **nuevo proyecto de evangelización con la prensa y los otros *mass media***, pensado y realizado por el P. Alberione, con un **nuevo proyecto de evangelización en la comunicación con la comunicación**, no basta añadir, a los apostolados precedentes, todas las tecnologías de comunicación surgidas después de la última edición de *El apostolado de las Ediciones*.

Los varios elementos que componen el proyecto alberoniano han de ser acogidos como una preciosa herencia que adecuar, para reconsiderarlos con la riqueza teológica del **Vaticano II** y del **magisterio universal posconciliar** hasta hoy, sobre todo en la teología, en la eclesiología, en la liturgia, en la mariología, en la pastoral, en la comunicación para la evangelización, en la vida consagrada.

Es preciso además conocer bien a “**los hombres de hoy**” con las disciplinas humanas que permitan el estudio de los cambios sociales y culturales, para que los contenidos y lenguajes de nuestra comunicación sean comprensibles y susciten interés.

Asimismo, un conocimiento teórico y práctico de la evolución del **fenómeno de la comunicación** nos permite no bloquearnos en la convicción de habérmolas con unos medios, sino con una cultura.

En fin, tras cien años de existencia, el carisma paulino hay que repensarlo, teniendo también en cuenta los **cambios** habidos en nuestra Congregación y en toda la Familia Paulina, tanto en el ámbito de las **personas** como en el las **iniciativas apostólicas**.

Una reconsideración tan radical requiere el aporte de todos los Paulinos y no es fruto de una mera reflexión, sino sobre todo de una **fe activa**: «[Hay que pedir un aumento] de fe: es decir creer que el Señor ha establecido para nosotros una misión, con las ayudas y gracias necesarias. Fe que se demuestra con la vida práctica, haciendo como si todo dependiera de nosotros, y confiando en Dios, como si todo dependiese de Él».³⁵

Con fraternal afecto.

Roma, 26 de noviembre de 2014

en el año 100° de fundación de la Sociedad de San Pablo



Don Silvio Sassi
P. Silvio Sassi, SSP
Superior general

³⁵ *Para una renovación espiritual*, cit., p. 45.

ÍNDICE

1. Proyecto integral de nueva evangelización	4
2. Actualización de <i>Apostolado de la Prensa</i>	6
2.1. Metodología de lectura y actualización	6
2.2. Qué es el Apostolado de la prensa	7
2.3. Objeto del Apostolado de la prensa	9
2.4. Origen del Apostolado de la prensa	10
2.5. El carácter del Apostolado de la prensa	12
2.6. Preparación al Apostolado de la prensa	13
2.7. El ministro del Apostolado de la prensa	15
2.8. Tres exigencias en el Apostolado de la prensa	17
2.9. Los católicos en el Apostolado de la prensa	18
2.10. El trabajo material en el Apostolado de la prensa.....	19
2.11. María, Reina de la historia	21
2.12. Santa Misa en honor de Jesús Maestro	22
2.13. La Visita del apóstol de la prensa	23
2.14. La comunión del apóstol de la prensa.....	24
2.15. Orden del Apostolado de la prensa	24
2.16. Las ilustraciones.....	25
2.17. El boletín parroquial.....	26
2.18. La biblioteca parroquial	27
2.19. Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los principiantes	29
2.20. Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los proficientes	30
2.21. Cómo dar la doctrina de la Iglesia a los perfectos	31
2.22. “Omnia vestra sunt” [Todo es vuestro].....	32
2.23. La redacción en el Apostolado de la prensa.....	33
2.24. La propaganda	35
2.25. Culto a la Sagrada Escritura.....	36
2.26. Los religiosos en el Apostolado de la prensa.....	37
2.27. Los pecados de la prensa.....	38
2.28. Fiesta del Divino Maestro	39
2.29. La Santa Biblia y el Apostolado de la prensa	41
2.30. La propaganda en la prensa del apostolado	43
2.31. Conclusión.....	45

Sociedad de San Pablo - Casa general
Via Alessandro Severo, 58 - 00145 ROMA

Secretaría general: seggen@stpauls.it
Tel. (+39) 06.5978.61 - Fax (+39) 06.5978.6602

www.paulus.net - information.service@paulus.net

Noviembre de 2014 – Pro manuscripto