



SIF

Segretariato Internazionale per la Pastorale vocazionale e la Formazione

In vista dell'**Assemblea intercapitolare** tenutasi nelle Filippine ad Alfonso, Cavite, dal 14 al 28 febbraio 2013, si è chiesto ai Superiori maggiori una verifica sulle *Linee operative* del IX Capitolo generale. Una delle domande riguardava la seguente *Linea operativa*:

3.3.2 I Governi circoscrizionali valorizzino il contenuto dei seminari internazionali «L'attualizzazione del carisma paolino nel terzo millennio: spiritualità e missione» (2008) e «Seminario internazionale su San Paolo» (2009), elaborando sussidi per l'animazione e per altri progetti comunitari.

Poiché la risposta ottenuta non è stata soddisfacente, si è deciso di riprendere alcuni contenuti dei due **Seminari internazionali** e di ripresentarli alle Circostrizioni in modo semplice e schematico ed «elaborando sussidi».

Quanto segue intende ripresentare uno dei testi del Seminario «L'attualizzazione del carisma paolino nel terzo millennio: spiritualità e missione», tenutosi ad Ariccia dal 18 giugno al 3 luglio 2008, si tratta del *Documento finale* approvato dal Governo generale: **Sospinti dallo Spirito ad attualizzare il Carisma paolino** a firma di Don Silvio Sassi, e che apre gli Atti di quel Seminario internazionale (pp. 5-49).

Nella presentazione abbiamo seguito i seguenti criteri:

- **evidenziazione dei testi** – si sono evidenziati i testi creando tre sfondi colorati con il seguente significato:
 - **colore giallo** = testi che si riferiscono in modo speciale all'**apostolato**,
 - **colore verde** = testi che si riferiscono in modo speciale alla **formazione**,
 - **colore azzurro** = testi che si riferiscono in modo speciale alla **spiritualità**.
 - inoltre alcuni testi sono stati sottolineati in rosso per richiamare l'attenzione.
- **introduzioni ai testi** – ad alcuni testi evidenziati si sono premesse brevi introduzioni con tipi di carattere diversi che ne mettano in luce i punti significativi. Si spera che in questo modo sia più facile valorizzarli.
- **sommari** – in apertura di ogni capitolo, si è pensato utile creare dei sommari per anticiparne sinteticamente i contenuti.
- **temi intrecciati** – le suddivisioni adottate nel testo sono solo funzionali, in alcuni casi – e lo si dirà quando è necessario – le suddivisioni fanno notare che i tre temi (**apostolato**, **formazione** e **spiritualità**) sono particolarmente intrecciati e che le scelte formative hanno ricadute sull'apostolato e sulla spiritualità e viceversa.

per il SIF
don Carlo Cibien e don Salud Paredes

23 marzo 2013

SOSPINTI DALLO SPIRITO AD ATTUALIZZARE IL CARISMA PAOLINO (don Silvio Sassi)

1. Introduzione

En esta *Introducción* tenemos la impostación del Seminario: el contexto eclesial en que se inserta (No. 1.2); así como la finalidad del Seminario.

- **Articulación del Seminario:**
 - Necesidad de *aggiornamento* del carisma paulino. *Integralidad* del carisma paulino, expresado en el binomio **espiritualidad** y **misión**. *Fidelidad dinámica*. Adaptarlo a las nuevas situaciones y necesidades (No. 1.3.-4.).
- **El Fundador:**
 - Su sensibilidad pastoral: alimentada de la fe; su atención al magisterio de los Papas, a las realidades descritas por la sociología.
 - Piensa y da vida al carisma paulino y lo entiende como un proyecto de “Nueva Evangelización” (No. 1.5)
- **Nosotros:**
 - Con el **Capítulo general especial** (1969-1971) la Sociedad de san Pablo realiza por primera vez, una **actualización** total del carisma paulino.
 - Los **Documentos** de este Capítulo siguen constituyendo un punto de referencia, junto con los otros documentos eclesiales sucesivos (No. 1.6)

1.1. La linea operativa 1.2.3 dell’VIII Capitolo generale (20 aprile-20 maggio 2004) stabilisce: “Il Governo generale promuova un Seminario internazionale sul tema: *L’attualizzazione del carisma paolino nel terzo millennio: spiritualità e missione*”. La richiesta capitolare è stata portata ad esecuzione nel Seminario internazionale che si è svolto ad Ariccia dal 18 giugno al 3 luglio 2008 con la partecipazione di 50 Paolini delle varie Circoscrizioni e di tutto il Governo generale. Valorizzando i contenuti trattati dai relatori e i risultati finali dei lavori di gruppo, il Governo generale desidera offrire una **sintesi** che, mentre tiene conto di quanto è stato compiuto, propone **stimoli** e **piste** per motivare ulteriori approfondimenti.

1.2. L’organizzazione del Seminario è stata preparata in base all’interpretazione che il Governo generale ha dato della linea operativa capitolare. Il tema da trattare, infatti, articola tra di loro alcuni elementi importanti: la necessità di una “**attualizzazione**”, l’integralità del carisma paolino espressa nel binomio “**spiritualità e missione**” e il contesto storico specifico del “**terzo millennio**”. In tal modo la Congregazione esprime la necessità di attualizzare, all’inizio del terzo millennio, le componenti del carisma paolino: spiritualità e missione.

In vista del terzo millennio e per giungere alla celebrazione del **Giubileo** dell’anno 2000, la Chiesa universale, sotto la guida di Giovanni Paolo II, si è mobilitata in stretto riferimento allo straordinario avvenimento ecclesiale del Concilio Vaticano II (1962-1965). La Lettera apostolica *Tertio millennio adveniente* (10.09.1994) invita tutta la comunità ecclesiale ad una preparazione al 2000 in due fasi: antepreparatoria (1994-1996) e preparatoria (1997, dedicato a Gesù Cristo; 1998, allo Spirito Santo e 1999, a Dio Padre). Con la bolla *Incarnationis mysterium* (29.11.1998) il Papa indice il Grande Giubileo del 2000. Le Chiese continentali, in date diverse, si riuniscono per celebrare un Sinodo speciale che si conclude con la relativa Esortazione apostolica: *Ecclesia in Africa* (14.09.1995), *Ecclesia in America* (22.01.1999), *Ecclesia in Asia* (06.11.1999), *Ecclesia in Oceania* (22.11.2001) e *Ecclesia in*

Europa (28.06.2003). Il 6 gennaio 2001, il Papa, con la Lettera apostolica *Novo millennio ineunte*, indica alla Chiesa come realizzare la sua missione nel millennio appena iniziato.

Dopo il Vaticano II la Congregazione ha raccolto con creatività l'invito di Paolo VI contenuto in *Ecclesiae sanctae* (15.08.1966) convocando un **Capitolo generale speciale** (1969-1971) per "aggiornare" il carisma paolino al nuovo contesto di pensiero e di azione della Chiesa. **L'VIII Capitolo generale**, sollecitando un Seminario internazionale, esprime la necessità che, nei primi anni del terzo millennio e all'approssimarsi dei cento anni di fondazione, la Congregazione attui una riflessione profonda completata da conseguenti scelte concrete, per "attualizzare" la totalità del carisma paolino. A Seminario concluso, risulta evidente che si è trattato solo di una **prima iniziativa** di attualizzazione, la quale dovrà essere approfondita e decisa in sedi più autorevoli e con partecipazioni più ampie in vista del 2014.

In realtà si tratta di applicare anche alla Congregazione quanto Giovanni Paolo II si proponeva pensando alla celebrazione dell'Anno Santo del 2000: "... un appuntamento provvidenziale, in cui la Chiesa, a trentacinque anni dal Concilio Ecumenico Vaticano II, sarebbe stata invitata ad interrogarsi sul suo rinnovamento per assumere con nuovo slancio la sua missione evangelizzatrice" (*Novo millennio ineunte*, n. 2).

1.3. Mossa dallo Spirito, per volontà di Giovanni XXIII e poi di Paolo VI, la Chiesa nel Vaticano II compie un "aggiornamento" radicale; con la preparazione e la celebrazione del Giubileo del 2000, su invito di Giovanni Paolo II, si interroga per attuare un "rinnovamento" della propria identità evangelizzatrice. È il medesimo Spirito che "soffia" sulla Congregazione per integrare il dinamismo di rinnovamento della Chiesa universale, manifestatosi dal Vaticano II in poi, nel proprio carisma, caratterizzato dal permanente "protendersi in avanti" di San Paolo e del beato Giacomo Alberione.

1.4. Per "attualizzare" il carisma paolino nel terzo millennio, la Congregazione adotta la **metodologia** indicata da Giovanni Paolo II nell'Esortazione apostolica *Vita consecrata* (25.03.1996) che invita tutti gli Istituti religiosi ad una "fedeltà dinamica alla propria missione" (cf. n. 37): è richiesta una creatività capace di restare fedele all'ispirazione originaria e, al tempo stesso, in grado di adattare quanto occorre alle nuove situazioni e ai nuovi bisogni. La **fedeltà creativa** è in stretta continuità con "lo sforzo di rinnovamento voluto dal Concilio" sollecitato da Paolo VI nel Motu proprio *Ecclesiae sanctae* (06.08.1966), nell'Istruzione *Renovationis causam* (06.01.1969) e richiamato nell'Esortazione apostolica *Evangelica testificatio* (29.06.1971).

Nel testo seguente è sintetizzata l'intuizione carismatico-apostolica alberioniana.

1.5. Don Giacomo Alberione, con la luce dello Spirito e con la sua sensibilità pastorale nutrita dalla fede, con l'attenzione al magistero dei Papi e alle realtà descritte dalla sociologia del suo tempo, ispirandosi a San Paolo pensa e dà vita al carisma paolino inteso come progetto completo di una "nuova evangelizzazione" che pone, con pari dignità, la "predicazione scritta accanto alla predicazione orale". Certo, è una "vocazione nuova" che si nutre di una "spiritualità nuova" per realizzare una "missione nuova", che corrisponda alle "nuove esigenze" del tempo.

L'elaborazione del carisma paolino, nella teoria e nella pratica, è il primo atto di "aggiornamento" che lo Spirito compie nella vita del Fondatore. In seguito, la continua attenzione ai "segni dei tempi" permette a Don Alberione di valorizzare, con il suo stile di fedeltà alla Chiesa, i fermenti di innovazione che si manifestano nella comunità ecclesiale degli anni 1950 promuovendo iniziative di "aggiornamento" nelle Congregazioni già fondate.

Senza lasciarsi coinvolgere nei "rinnovamenti" della fede che saranno condannati dall'enciclica di Pio X *Pascendi gregis* (08.09.1907), Don Alberione è aperto ai cambiamenti segnalati e voluti dai Papi e segue con interesse il rinnovamento dei vari aspetti della vita cristiana che diventeranno patrimonio comune del Vaticano II. **Partecipando al Concilio**

ecumenico, può verificare egli stesso la conferma del suo operato motivato dall'urgenza di una **"nuova pastorale"**, che evangelizzi presentando l'integralità di Cristo (dogma, morale e culto) alla totalità della persona (mente, volontà e cuore), non parlando sempre di religione, ma parlando di tutto cristianamente e utilizzando i mezzi di comunicazione sociale.

1.6. Con il **Capitolo generale speciale (1969-1971)**, per la prima volta i membri della Società San Paolo realizzano un "aggiornamento" della **totalità** del carisma paolino, mentre il Fondatore è ancora vivo, ormai anziano e infermo, ma costante nell'accompagnare l'assemblea capitolare con la preghiera, con presenze saltuarie e brevi parole. I **Documenti** di questo Capitolo costituiscono un punto di riferimento, sia per la metodologia usata che per la validità dei contenuti elaborati, per integrare il carisma paolino nella diversità dei successivi contesti storici.

Anche oggi i cambiamenti in atto nella Chiesa, nella società, nella cultura, nella comunicazione e nella Congregazione stessa, accompagnati dal magistero dei Papi del post-Concilio e dall'esperienza ecclesiale del Giubileo del 2000, richiedono un processo di "attualizzazione" della **totalità** del carisma paolino.

La riflessione teologica del Vaticano II sulla Chiesa e la sua missione, l'esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi* (08.12.1975) di Paolo VI, l'enciclica *Redemptoris missio* (07.12.1990) di Giovanni Paolo II, le cinque esortazioni apostoliche a conclusione dei Sinodi continentali per il Giubileo del 2000 e il *magistero universale sulla comunicazione*, a partire dal decreto conciliare *Inter mirifica* (04.12.1963), hanno posto l'accento sulla necessità di una **"fede missionaria"**, impegnata a conoscere e a saper valorizzare il contesto storico che si caratterizza con mutamenti rapidi e costanti.

«Ho tante volte ripetuto in questi anni l'appello della *nuova evangelizzazione*. Lo ribadisco ora, soprattutto per indicare che occorre riaccendere in noi lo slancio delle origini, lasciandoci pervadere dall'ardore della predicazione apostolica seguita alla Pentecoste. Dobbiamo rivivere in noi il sentimento infuocato di Paolo, il quale esclamava: "Guai a me se non predicassi il Vangelo! (1Cor 9,16)"» (*Novo millennio ineunte*, n. 40).

Si evidenziano i tre aspetti del nostro apostolato: evangelizzazione-comunicazione-missione.

L'attualizzazione del carisma paolino, spiritualità e missione, nel terzo millennio, sull'esempio di quanto il Fondatore ha compiuto fin dagli inizi, dovrebbe assumere la consistenza di un progetto di **"nuova evangelizzazione"** che trova nel **fenomeno della comunicazione** attuale l'urgenza pastorale di partenza e in una **fede missionaria** la sua motivazione soprannaturale.

Ripartire da Cristo, l'inviato del Padre, significa tenere saldamente uniti l'**esperienza della fede** e lo **spirito missionario**: «È stando con Gesù che si comprende l'urgenza e la natura dell'andare: perché andare, dove andare, per quale annuncio. Ma è *andando* che si sta veramente in compagnia di Gesù: egli, infatti, è sempre in movimento, itinerante, senza fissa dimora. "Il Figlio dell'uomo non ha dove posare il capo (Mt 8,20)"» (Consiglio episcopale permanente italiano, *L'amore di Cristo ci sospinge*, 04.04.1999, n. 1).

La comunicazione attuale sollecita il **carisma paolino** come il Macedone apparso in sogno supplica **San Paolo**: "Passa in Macedonia e aiutaci" (At 16,9). Le "colonne" della Chiesa di Gerusalemme stringono la destra a Paolo e Barnaba perché vadano ad evangelizzare "presso le genti" (cf. Gal 2,9); con la massima approvazione della Chiesa, il Papa in persona, precisa Don Alberione (cf. *Ut perfectus sit homo Dei*, I, 18), la Società San Paolo è inviata ad evangelizzare quanti si servono di ogni forma di comunicazione che gli uomini di ogni tempo utilizzeranno.

L'apostolato esige competenza e rinnovamento.

Siamo incaricati da parte della Chiesa di una missione che, essendo collegata alla comunicazione, è per sua natura in **continua evoluzione** e **costante rinnovamento**, come ha ricordato Benedetto XVI nell'udienza che ci ha concesso il 1° ottobre 2005: «Il vostro è un apostolato di avanguardia in un campo vasto e complesso, che offre tante opportunità e

comporta, al tempo stesso, non pochi problemi; un'attività molteplice che esige preparazione e competenze specifiche con un costante aggiornamento, se si vuol rispondere effettivamente alle sfide del mondo attuale, percepito sempre più come "villaggio globale"».

2. La comunicazione in cui evangelizzare oggi

En este apartado tenemos una panorámica de la comunicación en la cual debemos cumplir nuestra misión. **Sería muy conveniente que se haga un estudio y análisis conjunto de este apartado por los Equipos de la Formación y del Apostolado.** Entresacamos los siguientes elementos:

- El proyecto de "nueva evangelización", elaborado por el Fundador es: "*salvar a los hombres de hoy con los medios de hoy y salvar a los hombres de cada época histórica con los medios más rápidos y eficaces que serán inventados en esos tiempos*". La actualidad de nuestra misión evangelizadora está muy vinculada con la actualidad de la comunicación, de la sociedad y de la cultura (No. 2.2).
- Sería equivocado pensar la actualización del carisma paulino limitándonos a introducir en los programas formativos o en la actividad apostólica la última tecnología inventada en campo de la comunicación (No. 2.3).
- La comunicación actual es *muy compleja* (No. 2.5).

La situación actual nos obliga a un **estudio interdisciplinar** de la comunicación, de la sociedad y de la cultura actual que nos den el perfil de los "*hombres de hoy*" que evangelizan con la "*comunicación de hoy*". (No. 2.8)

2.1. "La stampa, il cinematografo, la radio, la televisione costituiscono oggi le più urgenti, le più rapide e le più efficaci opere dell'apostolato cattolico. Può essere che i tempi ci riservino altri mezzi migliori. Ma al presente pare che il cuore dell'apostolo non possa desiderare di meglio per donare Dio alle anime e le anime a Dio" (*L'apostolato dell'edizione*, 484 e *Ut perfectus sit homo Dei*, I, 314).

"Il mondo va rapidamente evolvendosi: i centri abitati, la cultura, il commercio si spostano. Rivoluzioni pacifiche e rapide avvengono attraverso la stampa, la radio, il cinema, la televisione, l'aviazione, i movimenti politici, sociali, industriali, l'energia atomica... Occorre che la religione sia sempre presente; si valga di ogni mezzo nuovo come difesa e come conquista. Tutto di Dio, tutto per un migliore tenore di vita in terra e la gloria in cielo. Chi si ferma o rallenta è sorpassato; lavorerà un campo ove il nemico ha già raccolto" (*San Paolo*, maggio 1949; cf. *Carissimi in San Paolo*, p. 1010).

"Dobbiamo salvare le anime di oggi, non quelle di due secoli fa dove non c'era radio, né televisione, né cine, né altro. Questo perché il Signore quando ha voluto la Famiglia paolina l'ha ispirata, perché si consideri che noi non siamo del secolo passato... Noi dobbiamo aiutare le anime di oggi nei loro pericoli, nelle loro circostanze" (*Alle Suore di Gesù Buon Pastore*, 1965, 442-443).

2.2. In sintesi il **progetto di nuova evangelizzazione** che il beato Alberione ha elaborato, fin dai primi passi del carisma paolino, potrebbe essere espresso in questi termini: salvare gli uomini di oggi con i mezzi di oggi e salvare gli uomini di ogni epoca storica con i mezzi più celeri ed efficaci che saranno stati inventati a quel tempo (cf. *Vademecum*, nn. 619, 1019, 1280).

L'attualità dell'evangelizzazione è strettamente connessa con l'attualità della comunicazione, della società e della cultura. Il carisma paolino si innesta sull'opera della Chiesa che continua nel tempo lo stile dell'annuncio di Cristo: "Nessuno strappa un pezzo di un vestito nuovo per attaccarlo a un vestito vecchio" (Lc 5,36); "Nessuno mette il vino nuovo in otri vecchi. Il vino nuovo si mette in otri nuovi" (Lc 5,37-38).

Non si può confondere l'apostolato con gli strumenti apostolici.

2.3. Sarebbe un pericoloso equivoco pensare di attualizzare il carisma paolino limitandosi a introdurre nei programmi formativi o nelle attività apostoliche l'ultima tecnologia inventata in ambito di comunicazione. Il Fondatore stesso adotta la stampa e i mass media successivi come una opportunità da collocare in un progetto che include tutti gli aspetti di una nuova evangelizzazione.

Benché Don Alberione si esprima con la terminologia di "mezzi di comunicazione", nominati singolarmente o nel loro insieme e, soprattutto dopo il Vaticano II, con "strumenti di comunicazione", la sua opera di evangelizzazione non è di carattere "strumentale", ma è autentica evangelizzazione completa: "**la predicazione scritta accanto alla predicazione orale**". Per questa ragione ogni attualizzazione del carisma paolino riguarda la sua totalità, non solo l'apostolato.

2.4. L'attività fondazionale di Don Alberione coincide con il consolidarsi dei principali **mass media**: stampa, cinema, radio, televisione, fotografia, dischi. Man mano che le più recenti tecnologie diventano un fenomeno di rilievo nella società, egli mobilita i suoi seguaci ad integrare nella nuova evangelizzazione le varie tecnologie. La natura stessa di quelle tecnologie, a quel tempo mezzi di comunicazione di massa, lo motiva a conservare la stessa organizzazione del lavoro (redazione, tecnica e diffusione) pur con gli adeguamenti necessari secondo le leggi espressive di ogni strumento.

L'elaborazione del carisma paolino si basa anche sull'idea del processo comunicativo che Don Alberione attinge dalle convinzioni sociologiche del suo tempo sugli effetti della comunicazione. Il **modello di comunicazione** che permette la diffusione sociale dei mass media è quello di carattere *lineare*: un autore ha un messaggio da esprimere attraverso i linguaggi dei vari mezzi di comunicazione e che comunica ad una folla di recettori che ne restano influenzati nel modo voluto dalla strategia dell'emittente. Si tratta di una comunicazione che, di fatto, è una semplice **trasmissione**: l'autore realizza a senso unico gli effetti programmati sul pubblico.

Questa convinzione spiega perché Don Alberione abbia accolto e fatto proprio l'invito dei Papi del tempo: "**opporre la stampa buona alla stampa cattiva**", perché chi è padrone del mezzo è padrone dei contenuti veicolati alle coscienze del pubblico. Le prime tracce di questa mentalità ecclesiale le troviamo nell'enciclica di Leone XIII *Dall'alto* (15.10.1890). In quel periodo, tutte le agenzie di socializzazione, soprattutto lo Stato e la Chiesa, ispirandosi alle teorie psicologiche allora in voga, valorizzano la potenza della stampa convinte di promuovere nei singoli e nella società i valori desiderati per il solo fatto di essere proprietari dei mezzi utilizzati.

2.5. La **comunicazione attuale** è molto più complessa: sono cambiate radicalmente alcune caratteristiche del processo comunicativo tradizionale e sono comparse tecnologie comunicative totalmente nuove rispetto al tempo in cui è vissuto il Fondatore. Il sorgere del linguaggio digitale ha prodotto, come primo effetto, una vera rivoluzione nelle tecnologie comunicative basate sul linguaggio analogico. Dall'intreccio tra i contenuti espressi con il linguaggio analogico e le possibilità offerte dal linguaggio digitale consegue che i mass media subiscono ogni giorno miglioramenti o innovazioni che trovano nelle convergenze dei **new media** e della **multimedialità** alcune realizzazioni più significative.

Soprattutto, il linguaggio digitale dischiude un mondo inedito di possibilità comunicative. Dalla fine degli anni 1960 entra nell'uso pratico sociale **Internet** e nei decenni successivi conosce mutamenti innovativi che possono essere accennati raggruppandoli, per comodità, in tre fasi di sviluppo.

La *fase testuale*: la posta elettronica, le newsgroup come prima forma di comunità virtuale, la chat e i MUD. La *fase del web*: la nascita e la creazione dei siti web con i servizi che offrono, consultabili con i motori di ricerca (Galaxy, Yahoo e Google), i portali, le modifiche portate ai media testuali con le webmail, le webchat e le chat ipermediali, la

messaggistica istantanea. La *fase del Web 2.0*: i blog, i “wiki”, i servizi di condivisione multimediale (Flickr, YouTube, Second Life, ecc.), i “social networking” (Friendster, MySpace, Facebook, ecc.). Le comunità virtuali si sviluppano in base alla finalità: conoscenza, commercio, turismo, divertimento, relazioni, ecc. Al tempo stesso si prospetta già *una fase* che va oltre il Web 2.0 per realizzare un *Web semantico*: siti o programmi che analizzano e organizzano i blocchi dei dati dell’intera rete secondo richieste specifiche.

Lo sviluppo della comunicazione digitale può essere individuato con relativa facilità, ma le statistiche a livello mondiale documentano che anche con la comunicazione si consolidano e aumentano tra le nazioni i divari già esistenti in altri ambiti.

2.6. Le tecnologie fondate sul linguaggio digitale danno origine ad alcuni **fenomeni comunicativi** che si possono raggruppare attorno al progetto possibile, ma non ancora pienamente realizzato, della *trasposizione* in linguaggio digitale di tutto quello che si può esprimere con il linguaggio analogico e percepire con i cinque sensi, rendendo possibili *manipolabilità, omogeneità, multimedialità, interattività, ipertestualità, ipermedialità e virtualità*. Tra i risultati più rilevanti di queste nuove possibilità espressive si possono indicare: la *convergenza* realizzabile tra tutti i contenuti dei vari mass media in modo trasversale; la *personalizzazione* grazie alla varietà dell’offerta e alla libertà dei modi di consumo da parte dell’utente e la *mobilità connessa* che favorisce un isolamento nella comunicazione scelta (walkman, cellulari, iPod, iPhone, videogiochi, computer portatili, ecc.).

Inoltre, nella comunicazione attuale è completamente cambiato il *modello dei processi comunicativi* che era stato proposto agli inizi degli studi sulla comunicazione. Dal *modello unidirezionale*, teorizzato nel 1949 per le esigenze del trasporto dell’informazione, ai vari studi dei decenni successivi che hanno progressivamente spostato l’interesse dal potere dell’*autore* del messaggio al *contenuto* del messaggio in sé, ai *contesti della ricezione* che determinano un’interpretazione autonoma, agli *usi dei ricettori*, fino al modello della comunicazione digitale che pone al centro l’*utente*, in grado di decidere quando, dove, come, che cosa, perché iniziare o terminare un processo di comunicazione. Una comunicazione “personalizzabile” e non più passiva o, peggio, subita.

Occorre riflettere sulla nuova identità della comunicazione.

L’evoluzione delle forme di comunicazione, dal sorgere delle lingue alla scrittura, alla stampa, ai mass media e al linguaggio digitale che rende possibile la multimedialità e la comunicazione in rete, ha trasformato l’**identità della comunicazione** stessa che, con il passare del tempo, è diventata: un insieme sempre più vasto di *tecnologie* per mettere in relazione l’individuo e la società; una *cultura*, intesa come modo di essere e di agire e, oggi, un *progetto personale e sociale* liberamente scelto e realizzato per esprimere sé stessi e appartenere a comunità.

2.7. Le successive ricerche sui rapporti tra comunicazione, società e cultura hanno permesso di superare sia il *determinismo tecnologico* sui valori sociali e culturali sia il *potere indiscusso* degli usi sociali, che impongono una scelta tra la varietà di applicazioni delle nuove invenzioni, per giungere ad una posizione più vicina alla realtà quotidiana: un *reciproco influsso* tra comunicazione, società e cultura. Alla formazione dell’identità della persona e della società concorrono, in forme diverse e convergenti, la **comunicazione, la società e la cultura**. Sarebbe, pertanto, ingenuo pensare di usare la comunicazione per cambiare la società e la cultura, attribuendole poteri quasi magici e sconfinando nell’onnipotenza dell’**ideologia** o dell’**utopia**. La comunicazione deve restare un **progetto sinergico** di società e di cultura messo in atto da persone e gruppi sociali ben concreti.

I fenomeni mondiali più rilevanti della **società attuale** (globalizzazione, liberalismo economico, post-industriale, mobilità del turismo internazionale, distribuzione ineguale delle risorse naturali, della ricchezza e della comunicazione, terrorismo, migrazioni, fanatismi

politici e religiosi, disoccupazione, problemi ecologici, ecc.) sono strettamente congiunti con la comunicazione e la cultura.

Le peculiarità della **cultura attuale** (post-moderno, centralità dell'individuo, relatività dei valori, libertà, interculturalità, secolarizzazione, conquiste e ricerche della scienza, difesa dei diritti umani, perdita di importanza delle agenzie tradizionali di socializzazione, cambiamenti nel modo di vivere e intendere della famiglia, della vita e della morte, ecc.) sono amalgamati ai fenomeni sociali e comunicativi.

La formazione dei futuri paolini deve preparare a un progetto apostolico di evangelizzazione che sia sinergico tra comunicazione, società e cultura.

2.8. Lo **studio interdisciplinare** della **comunicazione**, della **società** e della **cultura** attuale ci offre il profilo degli "uomini di oggi" che siamo chiamati ad evangelizzare con la "comunicazione di oggi". La complessità della comunicazione mediale, multimediale e in rete, che è allo stesso tempo un insieme di tecnologie, cultura e progetti, offre svariate forme d'uso a miliardi di uomini e donne che vivono in società e culture con caratteristiche condivise a livello universale e tipiche di ogni nazione. Anche l'evangelizzazione realizzata con il carisma paolino deve essere un "**progetto sinergico**" tra fede in Cristo, competenze in comunicazione, immersione nei fenomeni della società e conoscenza ampia della cultura in cui viviamo.

3. Progetto paolino di nuova evangelizzazione per il terzo millennio

- El proyecto misionero de la nueva evangelización del P. Alberione tuvo en cuenta los varios contextos de su tiempo. Ese proyecto comprendía: los destinatarios, los contenidos, los medios de utilizar, la organización que se necesitaba, el modelo comunicativo, una mentalidad y una metodología apostólicas (No. 3.1).
- Todo ello confiado a una Congregación compuesta de comunidades al mismo tiempo formativas y misioneras.
- En cien años de existencia la actualización integral del Proyecto de Evangelización de toda la Congregación, es indispensable retomar estos mismos elementos utilizados por el Fundador (nn. 3.2-3.3.8)

In questo terzo capitolo viene articolato il "PROGETTO PAOLINO DI NUOVA EVANGELIZZAZIONE". Tutto il testo deve essere letto con molta attenzione. Esso è stato segnato da evidenziazioni in giallo, ma è ovvio che riguarda in modo speciale anche la formazione dei futuri paolini e la formazione permanente di chi intende mantenere vivo il carisma ricevuto.

3.1. Il **progetto missionario** di nuova evangelizzazione elaborato dal beato Giacomo Alberione, ispirandosi a San Paolo e tenendo conto dei vari contesti del suo tempo, comprende: i **destinatari**, i **contenuti** del messaggio da proporre, i **mezzi** da utilizzare, l'**organizzazione** da formare, il **modello comunicativo** per una pedagogia efficace, una **mentalità e una metodologia apostolica**. Il tutto affidato alla Società San Paolo, una Congregazione di religiosi che vivono in comunità missionarie.

I **destinatari** individuati da Don Alberione sono: **le masse** che si sono allontanate dalla Chiesa e gli **uomini di cultura** per la loro opera di mediazione sulle folle. In queste due categorie sociali, le masse e gli uomini di cultura, è riassunta la dimensione universale della missione: "Sentiamoci, come San Paolo, debitori a tutti gli uomini, ignoranti e colti, cattolici e comunisti, pagani, mussulmani. Tutti amiamo. A tutti il nostro apostolato" (*San Paolo*, marzo 1951; cf. *Vademecum*, n. 1327).

I **contenuti** da comunicare sono: in forma esplicita, la proposta del Cristo integrale (dogma, morale e culto) e, in forma di preparazione alla fede, "parlare di tutto cristianamente". Vi è anche una **gerarchia** dei contenuti: Catechismo, Sacra Scrittura,

soprattutto il Nuovo Testamento, la dottrina comune sui diversi aspetti della vita cristiana secondo la tradizione della Chiesa e tutte le realtà umane.

I **mezzi** da utilizzare sono diversi: la stampa, i successivi mass media e “i mezzi più celeri ed efficaci di ogni tempo” gestiti con un’**organizzazione** efficace comprendente “la redazione, la tecnica e la diffusione” affidate ai Paolini e coordinata da una sapiente gestione finanziaria.

Il **modello di comunicazione** è quello lineare: l’apostolo paolino inviato da Cristo per mezzo della Chiesa presenta lo stesso messaggio a tutti coloro che può raggiungere. Impegnato in un processo di cristificazione, l’apostolo paolino si presenta come un “maestro”, con un **modello pedagogico docente**, che presenta un contenuto alla totalità della persona (mente, cuore e volontà) adattandosi alle necessità e alle capacità di ognuno.

La **mentalità** che caratterizza l’azione missionaria dell’apostolo paolino si ispira a San Paolo, preoccupato di “farsi tutto a tutti”, sapendo adattare al nuovo ambiente missionario della comunicazione la comune fede, costantemente riaffermata dal successore di Pietro anche attraverso il magistero universale sulla comunicazione.

Il **metodo** dell’azione missionaria attinge all’esempio del Cristo Maestro che si incarna per poter tradurre in termini umani la divinità. La scelta **pastorale** paolina consiste nel saper partire dalle esigenze del pubblico al quale ci si rivolge per poi adattare il messaggio della fede, in forma esplicita o di preparazione. Si tratta di offrire “la carità della verità”, ma con “la verità della carità”: la missione è “tutta un’opera di misericordia” che ha come forza la sua debolezza (cf. *Vademecum*, nn. 977 e 999; cf. 2Cor 12,10).

3.2. In quasi cento anni di esistenza, solo la Provvidenza divina conosce tutto il bene compiuto nel popolo di Dio con le nostre attività apostoliche realizzate con la fede e con la fatica delle successive generazioni di Paolini. **Prendendo come punto di riferimento gli anni 1950, il Concilio Vaticano II e, soprattutto, osservando gli ultimi decenni, è possibile rintracciare alcune tappe importanti in vista della maturazione di un progetto di evangelizzazione dell’intera Congregazione.**

Sono evidenziate di seguito queste tappe. Non è solo un percorso “storico-organizzativo”, ma anche “carismatico-provvidenziale”

È il Fondatore stesso che, rendendosi personalmente conto dello sviluppo delle fondazioni nelle varie nazioni, richiama alla necessità di una grande collaborazione apostolica, in particolare tra le nazioni che si servono della stessa lingua. Nella lettera del **4 settembre 1953** indirizzata a tutte le comunità di America Latina e Spagna, Don Alberione invita tutti ad unire le forze. Una strategia che ripete durante il mese di Esercizi spirituali del 1960 e che prende forma, il 14 giugno 1960, con l’approvazione, da parte di Don Alberione, del Regolamento per il **CEPLA** (Centro Ediciones Paulinas Latinoamericanas). Al CEPLA (1960-1972) succedono, dal 1973 al 1987, le riunioni di **EPLA** (Encuentros Paulinos Latinoamericanos) e di **EPLITA** (incontri settoriali di apostolato).

A partire dal **Seminario Internazionale degli Editori Paolini** (17.09-02.10. 1988), si giunge alla necessità di creare il *Comitato Tecnico Internazionale per l’Apostolato (CTIA)* a servizio del Governo generale; di realizzare un *unico marchio* per le edizioni in tutto il mondo, che a partire dal VII Capitolo generale diventa anche marchio istituzionale, e di dar vita a nuovi organismi per il coordinamento apostolico a livello linguistico, geografico, internazionale e mondiale.

La necessità di coordinare tutte le attività apostoliche all’interno di ogni Circostrizione e a livello geografico-linguistico, motiva il sorgere del **CIDEP** (Centro Iberoamericano degli Editori Paolini), del **GRUPPO EUROPA** e del **CAP-ESW** (Conference Asia Pacific and English Speaking World) e l’elaborazione di una *guida metodologica* per la realizzazione del *Progetto apostolico*. Poiché le esigenze apostoliche giustificano una delega di autorità per essere gestite con efficacia, la pubblicazione *ad experimentum* del *Manuale dell’Autorità* (ora *Servizio dell’autorità nella Società San Paolo. Manuale*) fissa gli ambiti di competenza

per una stretta collaborazione tra l'autorità canonica ordinaria e l'autorità canonica delegata per l'apostolato.

In continuità con la gerarchia dei contenuti voluta da Don Alberione e con quanto riafferma l'*Opzione apostolica preferenziale: umanizzare per cristianizzare* dell'VIII Capitolo generale, le *priorità editoriali* indicate dall'attuale Governo generale sono: **Bibbia, famiglia e comunicazione**, che devono essere assunte nei Progetti apostolici geografico-linguistici e nel *Progetto apostolico* di ogni Circostrizione.

Il percorso alberioniano-paolino è segnato da tappe, ma anche da attenzioni particolari: ai destinatari, ai contenuti, allo stile apostolico-pastorale, al modello pedagogico-docente.

3.3. Per una attualizzazione integrale del progetto paolino di evangelizzazione nel terzo millennio, è indispensabile rifarsi agli elementi che sono stati utilizzati dal Fondatore.

3.3.1. **Quali destinatari** scegliamo di raggiungere con le nostre attività apostoliche? Le masse lontane dalla Chiesa? Chi appartiene ad altre religioni? I membri delle Chiese cristiane? I battezzati non praticanti? I fedeli? Il popolo? Le persone di cultura? Chi, di fatto, vogliamo scegliere nell'universalità dei destinatari che San Paolo e il beato Alberione ci indicano?

Interrogarsi sui destinatari della nostra missione non è solo scegliere categorie generali di persone o specifici segmenti di esse, ma utilizzare strumenti interdisciplinari per averne una conoscenza adeguata e rendersi conto in modo documentato delle loro caratteristiche, esigenze e richieste. Perché possa essere valorizzato con frutto nel *Progetto apostolico della Congregazione e di ogni Circostrizione*, lo studio dei destinatari deve essere realizzato sulle **caratteristiche** mondiali, continentali, nazionali e, in un paese complesso, anche locali.

Tenendo conto dei rapidi cambiamenti delle persone e della società, occorre poi che lo studio dei destinatari sia costante, andando di pari passo con i risultati della nostra attività apostolica.

L'andamento della diffusione delle nostre realizzazioni apostoliche non può soltanto porci interrogativi tipici del **marketing** per aumentare le vendite, ma, attraverso questo strumento del mercato, deve stimolare interrogativi per la **dimensione pastorale** della nostra missione. Da gran tempo le nostre produzioni apostoliche non sono semplici contenitori di una formula editoriale di successo; le esigenze del pubblico richiedono una continua mobilità di contenuti e di diffusione.

3.3.2. **Scelti i destinatari e dopo esserci ben documentati sulla loro identità, è necessario pensare ai contenuti da offrire:** proposta esplicita dell'integralità della fede in Cristo? Interpretazione cristiana delle realtà personali e sociali? Quali priorità di temi religiosi e umani stabiliamo?

In vista di operare scelte così delicate, ci sono di aiuto alcuni criteri di carattere ecclesiale e della convivenza umana. Nella presentazione esplicita o implicita della proposta di fede in Cristo, noi Paolini prendiamo ispirazione dai *contenuti* e dalle *scelte apostoliche* che **San Paolo rappresenta nella comunità ecclesiale di sempre.** Siamo Paolini perché intendiamo vivere e proporre la fede secondo il "Vangelo" e nello stile missionario di San Paolo. *Si esemplifica lo stile "contemplativo-attivo" di don Alberione e nostro:* La meditazione, costante e munita di strumenti di indagine adeguati, delle *Lettere* di San Paolo dovrebbe coniugarsi con una corrispettiva conoscenza delle esigenze dei nostri destinatari, raggiungendo così l'obiettivo di saper trovare un'interpretazione soprannaturale alla storia quotidiana.

La coscienza di avere un "**colore**" particolare nello stile di vivere e predicare Cristo non è una pretesa insolita, ma è la semplice continuazione di come, durante i due millenni trascorsi, le generazioni cristiane hanno vissuto la loro fede. La composizione dei libri del Nuovo Testamento, la storia della patristica, delle scuole di teologia, di spiritualità, di liturgia, di pastorale, di catechesi, dei Concili ecumenici, del magistero universale dei Papi,

delle forme di vita consacrata, delle vite di Santi e Sante sono la garanzia di **una unità di diversità** nella Chiesa di Cristo.

La qualifica di “**paolino**” caratterizza i contenuti del nostro apostolato perché la vita e l’insegnamento di San Paolo sono il nostro modello di riferimento per la nostra fede personale e comunitaria, e per la nostra testimonianza apostolica. **Da San Paolo attingiamo il “colore paolino”** per la teologia, cristologia, ecclesiologia, etica, pastorale, ecc. e per valorizzare tutto ciò che è “vero e merita lode” (cf. Fil 4,8). La celebrazione dell’**Anno Paolino** (28 giugno 2008 – 29 giugno 2009), voluta da Benedetto XVI, ci è di aiuto a comprendere maggiormente quanto il Fondatore ha costantemente ripetuto sul ruolo di San Paolo per noi. **Approfondire, vivere, pregare e predicare San Paolo è assimilare e vivere in pieno il carisma paolino.**

Il riferimento a San Paolo per i contenuti della nostra predicazione ci permette di essere sensibili alla straordinaria opera di rinnovamento del Vaticano II e alle indicazioni contenute nel magistero dei Papi del post-Concilio, in particolare per quanto riguarda l’opera di evangelizzazione e la comunicazione.

Traendo ispirazione da San Paolo anche per quanto riguarda le “**realtà umane**” che completano l’evangelizzazione esplicita, le indicazioni del Fondatore e l’evoluzione della riflessione ecclesiale, soprattutto dal Vaticano II in poi, ci dovrebbero essere di guida per **elaborare uno “stile paolino” ben identificabile e di riferimento nell’opinione pubblica con il nostro modo di “fare giornalismo”, di gestire imprese multimediali, di essere presenti nella comunicazione in rete, di ricercare e insegnare nella comunicazione e di essere proposta culturale che ha qualcosa da offrire di specifico per interpretare la vita con il Vangelo.**

3.3.3. Il Fondatore stesso, dopo aver iniziato l’apostolato paolino con la stampa di giornali, riviste e libri, si serve del cinema, della radio, della televisione, delle immagini e dei dischi, lasciandoci come eredità l’impegno di essere attenti ad ogni forma comunicativa “**celere ed efficace**” per meglio evangelizzare in ogni tempo.

Per verificare il profilo reale dell’obiettivo ideale di essere “**un unico editore paolino multimediale**”, oggi la Congregazione è impegnata ad evangelizzare, in percentuale diversa, con i mass media, in forma minore con la multimedialità e, in maniera ancora da potenziare, nella comunicazione in rete.

All’elenco dei mezzi di cui ci serviamo si deve aggiungere l’evoluzione, diversa nelle varie Circoscrizioni, dell’organizzazione apostolica che ha assunto lo **strumento dell’impresa** per coordinare la redazione, la produzione e la diffusione.

In vista di attualizzare **la scelta dei mezzi apostolici è utile lasciarsi guidare da almeno tre criteri.** ① Non è prudente, anzitutto, abbandonare iniziative nei mass media tradizionali, ma favorirne uno sviluppo di convergenza grazie alle possibilità dell’informatica. ② Se vogliamo poi realizzare sul serio la “multimedialità”, dobbiamo adottare una metodologia creativa che non è identica a quella dei mass media, siano pure audiovisivi. ③ Infine, per una presenza significativa negli sviluppi della comunicazione in rete abbiamo bisogno di competenze specifiche che non si possono improvvisare o, peggio, affidare in pieno a imprese del settore senza interlocutori paolini capaci di una dialettica alla pari perché competente.

Se vi sono progetti adeguati sostenuti da investimenti che li rendono possibili, ci si può orientare ad un “**progetto trasversale**” dei vari mezzi di comunicazione che permetterebbe di valorizzare le risorse del passato nei mass media, di tentare nuove iniziative per la comunicazione multimediale e di essere presenti nelle principali forme della comunicazione in rete. Compiere una scelta di una sola forma di comunicazione (o mass media o multimedialità o rete) sarebbe molto rischioso e dovrebbe essere giustificato non solo con ragioni di comunicazione, ma di carattere pastorale paolino. La situazione complessa della comunicazione attuale richiede un adeguato **progetto sinergico** di evangelizzazione che sappia valorizzare tutte le forme di comunicazione; ridursi ad una forma sola, sarebbe diventare insignificanti.

L'attualizzazione dei mezzi ha bisogno di essere coordinata da un'**organizzazione conseguente**. Dopo aver tenuto conto degli aspetti positivi e, in base all'esperienza di questi anni, dopo aver introdotto i necessari correttivi, lo strumento dell'impresa è tuttora valido. Tuttavia, considerando l'evoluzione delle generazioni paoline e le competenze richieste soprattutto dalla comunicazione multimediale e in rete, sarà vantaggioso procedere a due adeguamenti.

① Da una parte è necessario adattare lo strumento imprenditoriale al nuovo stile di lavoro e alle nuove esigenze produttive, abbandonando un'organizzazione dai grandi numeri che poteva essere utile per l'epoca dei mass media. ② Dall'altra occorre trovare formule compatibili con le leggi civili per continuare a coinvolgere i Paolini che non possono essere valorizzati all'interno della struttura aziendale ma che sono in grado di partecipare all'unico apostolato in forme diverse.

3.3.4. Il progredire delle ricerche sui **modelli di comunicazione** e la varietà delle tecnologie attuali permettono di descrivere gli usi sociali della comunicazione. Tra il modello lineare, incentrato sull'autore del messaggio, e quello che fa perno sull'utente che sperimenta la sua libertà anche nel comunicare, divenendo allo stesso tempo consumatore e creatore, esiste una pluralità di modi intermedi di comunicazione. Vi è stata un'evoluzione: **dalla comunicazione come ricezione passiva alla comunicazione come libera scelta di partecipazione**.

Il modello lineare che ha caratterizzato la strategia comunicativa degli utilizzatori dei mass media ai loro inizi (padroni dei media, partiti politici, movimenti di idee, lo stile di evangelizzazione delle Chiese) e che è alla base del progetto pedagogico della "predicazione scritta" di Don Alberione, oggi si trova a dover fare i conti con la concorrenza di altri modelli che riscuotono maggior successo, soprattutto nelle giovani generazioni.

Per attualizzare il **modello di comunicazione** dell'evangelizzazione paolina occorre far riferimento ai destinatari e ai mezzi scelti per raggiungerli. Per servirsi dei *mass media* è necessario valorizzare tutte le modifiche successive al "modello lineare" per non trovarsi nella situazione finale di "voler parlare senza che nessuno voglia ascoltare". L'uso della *multimedialità* richiede per sua natura un modello "partecipativo" di comunicazione. La *comunicazione in rete* richiede molto di più del modello lineare e partecipativo perché, offrendo grandi possibilità per una comunicazione condivisa, necessita di un modello "creativo", ricco di scelte.

Il **modello pedagogico "docente"** delle agenzie tradizionali di socializzazione al tempo dei mass media, adottato anche da Don Alberione, è costruito sulla figura del "maestro che sa e insegna a chi non sa"; i modelli partecipativo e creativo hanno instaurato da tempo l'auto-educazione e l'auto-formazione realizzate in base a gusti personali, a personaggi e a valori rintracciabili nell'offerta comunicativa attuale.

Osservando da vicino questa autonomia nella creazione dell'identità e dei valori, nell'esortazione apostolica *Evangelii nuntiandi* Paolo VI suggeriva già una evangelizzazione che tenesse conto che "l'uomo contemporaneo, ascolta più volentieri i *testimoni* che i *maestri*" (n. 41).

L'attualizzazione del metodo pedagogico dell'evangelizzazione paolina deve tener conto di queste indicazioni del Magistero che sono in piena sintonia con l'attuale molteplicità dei modelli di comunicazione. La proposta della fede trova nella teologia narrativa, nelle parabole, nelle vite di santi e di sante del passato e di personaggi significativi del presente, nelle narrazioni di esperienze ispirate dalla fede, una ricchezza che confluisce nella sterminata varietà di offerta presente nella comunicazione attuale a disposizione della libertà di scelta del pubblico.

Anche la cultura cattolica, esprimendosi su tutta la realtà umana individuale e sociale, può ricorrere a una testimonianza che pone sulla pubblica piazza dell'opinione pubblica e in tutte le forme di comunicazione, la "banca dati" delle sue scelte di valori religiosi, umani e etici. **L'evangelizzazione attuale, presentata con la logica della "testimonianza",**

può mettere in pratica il sapiente invito contenuto nella prima lettera di Pietro: “pronti sempre a dare una risposta a chi vi chiede il motivo della vostra speranza” (1Pt 3,15).

3.3.5. L'attualizzazione della **mentalità** e del **metodo pastorale** dell'evangelizzazione paolina è da effettuare ricorrendo ① alla figura di San Paolo, che per predicare ai Gentili supera il giudeo-cristianesimo della Chiesa di Gerusalemme, ② all'ecclesiologia del Vaticano II, che presenta la Chiesa in dialogo con l'umanità, e ③ alle indicazioni del magistero universale sull'evangelizzazione e la comunicazione.

Al fenomeno complesso della comunicazione attuale (insieme di tecnologie, cultura e progetti personali e sociali) è possibile offrire un'evangelizzazione che valorizzi l'“**inculturazione**”, realizzata non come semplice trasposizione del testo e della parola negli altri linguaggi, ma con la preoccupazione di rendersi “**comprensibili**” nei contenuti di fede **proposti**. Il documento del Pontificio Consiglio della Cultura, *Per una pastorale della cultura* (23.05.1999) ricorda alla comunità ecclesiale che oggi “non basta dire per essere intesi” e che “nell'attuale pluralità culturale occorre coniugare l'annuncio e le condizioni della sua ricezione” (n. 25).

3.3.6. In vista di attualizzare il progetto di nuova evangelizzazione paolina è indispensabile conoscere e tener conto del **Magistero universale sulla comunicazione**. Per Don Alberione, infatti, l'insegnamento dei Papi del suo tempo sulla stampa, il cinema, la radio, la televisione, l'opinione pubblica è stato un elemento costitutivo nell'intuizione e nella progressiva elaborazione del carisma. Si richiama a questa fedeltà la decisione del Fondatore di impegnare i Paolini con il voto di “**fedeltà al Papa per quanto riguarda l'apostolato**”.

“La Famiglia paolina è nata quando il Santo Padre allora regnante, era poco assecondato nell'indirizzo circa la stampa, e allora si interveniva. La Famiglia paolina nasceva anche per questo: rimediare a quel complesso di persone le quali lasciavano che il Papa parlasse e insegnavano come vedevano loro, secondo le loro convinzioni, nel modo che essi giudicavano meglio, senza tener conto di colui il quale aveva l'obbligo, il dovere e il potere di indirizzare i cattolici sulla via vera dell'apostolato. Quindi il nostro voto di fedeltà circa l'apostolato” (*Vademecum*, n. 942).

Dopo aver elencato la stampa, il cinema, la radio e la televisione, definendoli i “nuovi mezzi di travasare il pensiero” nati alla fine del 1800 e nei primi decenni del 1900, Don Alberione ricorda che questo sviluppo era oggetto di considerazioni da parte del Magistero: “Di qui un susseguirsi di atti da parte della Santa Sede, che invitavano i cattolici ad essere all'altezza dei nuovi compiti. Mentre si notavano molti indolenti, e spiriti inconsiderati, cattolici e clero erano consapevoli e saggiamente operanti secondo le direttive papali” (*Abundantes divitiæ gratiæ suæ*, 55).

3.3.7. Il voto di fedeltà al Papa nell'apostolato include certamente la **fedeltà ai contenuti** della dottrina comune della Chiesa che distingue ogni battezzato cattolico, ma comprende anche l'impegno di essere attenti e operosi nei riguardi delle **indicazioni** date dal Magistero universale sulla comunicazione.

Sarebbe facile documentare, con una ricerca adeguata, tutti i riferimenti che il Fondatore compie, negli scritti e nelle parole, al Magistero sulla comunicazione da Leone XIII fino all'*Inter mirifica* del Vaticano II per integrarli nel carisma paolino. Nelle successive edizioni del testo formativo *Apostolato Stampa* vi è l'inclusione progressiva del Magistero sulla stampa, sul giornalismo, sul cinema, sulla radio e sulla televisione. In questo modo si percepisce la volontà del Fondatore di agganciare il carisma paolino, nell'ambito della formazione e dell'apostolato, al Magistero sulla comunicazione che accompagna le nuove invenzioni.

3.3.8. Per attualizzare il voto di fedeltà al Papa nell'apostolato, come lo ha inteso Don Alberione, dobbiamo con metodicità e riflessione, conoscere e mettere in pratica

l'abbondante **Magistero sulla comunicazione** dal decreto conciliare *Inter mirifica* (04.12.1963) alla lettera apostolica di Giovanni Paolo II *Il rapido sviluppo* (24.01.2005), al messaggio annuale che il Papa pubblica in occasione della giornata mondiale delle comunicazioni sociali.

Dall'assimilazione di questi documenti, il carisma paolino può beneficiare di almeno tre contributi positivi. ① Riceviamo, anzitutto, un forte stimolo al "protendersi in avanti", abbandonando la presunzione, un poco inconscia, che i Paolini restano comunque all'avanguardia nel valorizzare la comunicazione per l'evangelizzazione. Osservando in sinossi la data di apparizione dei documenti pontifici e l'opera di adozione della nuova comunicazione nella formazione e nell'apostolato, non è facile concludere che siamo dei pionieri. Il Magistero incoraggia il carisma paolino ad ascoltare il costante invito del Fondatore ad adottare "i mezzi più celeri ed efficaci". ② Inoltre, nel Magistero sulla comunicazione troviamo la costante conferma della validità del nostro carisma come delineato da Don Alberione: non ci limitiamo ad usare degli strumenti per una predicazione tradizionale, ma disponiamo di una **forma originale** di evangelizzazione completa accanto all'opera ministeriale della Chiesa territoriale. Svanisce, in questo modo, l'eventuale ipotesi di un'attualizzazione del carisma paolino che voglia sostituire l'unica missione ricevuta con altre attività. ③ Infine, con il sostegno di testi autorevoli che garantiscono la nostra identità, è più facile giustificare la dimensione "*quasi sacramentale*" delle nostre attività apostoliche, con buona pace di alcuni che, di tanto in tanto, la mettono in dubbio teoricamente o la ostacolano nella pratica.

4. I Paolini: discepoli di Cristo inviati come apostoli nella comunicazione

- En este apartado se trata de la **misión** que la Iglesia nos ha encomendado, la **identidad de la Congregación**, la **inserción de los laicos** en la misión apostólica, la **vida comunitaria** y la **simbiosis** de la **Contemplación** y la **acción**.
- La Sociedad san Pablo **no es una empresa editorial católica más**, sino un **grupo de religiosos misioneros en la comunicación** (No. 4.1)
- La **vida comunitaria orientada al apostolado** caracteriza nuestra forma de vida (No. 4.3).
- La vida consagrada paulina necesita una actualización que sepa integrar la riqueza del **Magisterio universal sobre la vida consagrada**, uniéndola a la evolución de la **Teología**, del **Derecho** y de la **práctica** de la vida consagrada a nivel mundial. (No. 4.4)

Si apre con questo capitolo e il successivo (4. e 5.) un ampio discorso formativo.

4.1. L'opera di evangelizzazione nella comunicazione, che include: **destinatari, contenuti, mezzi, modello di comunicazione, mentalità e metodo pastorale**, è stata affidata dalla Chiesa alla Società San Paolo come Congregazione religiosa clericale.

La progressiva maturazione del carisma paolino nella mente del Fondatore, illuminato dallo Spirito e consigliato da persone di Dio, evolve da una "**organizzazione di laici**" a una **Congregazione di religiosi** (cf. AD 23). Il cambiamento è strettamente collegato alla missione: non una semplice attività editoriale alle dipendenze della predicazione tradizionale, ma una vera evangelizzazione originale accanto a quella realizzata nella parrocchia.

La Società San Paolo non è una **casa editrice cattolica** in più, ma è un **gruppo di religiosi missionari nella comunicazione**: "Noi non siamo affatto dei commercianti e degli industriali, ma siamo degli apostoli. Fissarlo bene in mente" (*Vademecum*, n. 1298); "Non c'era bisogno di un istituto religioso per fare dell'industria! Non occorrono persone consacrate a Dio per fare del commercio!" (*Alle Figlie di San Paolo 1946-1949*, p. 574); "non negoziazione [nel senso di "negoziio", "sola vendita"], ma evangelizzazione" (*San Paolo*, febbraio 1951; cf. *Carissimi in San Paolo*, p. 809).

La visione "**sopranaturale**" della comunicazione valorizzata per l'evangelizzazione permette un coinvolgimento sempre più largo di "**operai**": accanto al sacerdote paolino, il discepolo, la suora, i operatori laici e gli istituti aggregati. Trattandosi di una nuova

forma di evangelizzazione, le varie tappe che rendono possibile la “predicazione scritta” (redazione, tecnica e diffusione), sono affidate ai religiosi/e paolini. L’**autarchia** di Paolini/e, dall’inizio fino alla fine degli anni 1950, è in grado di realizzare la nuova evangelizzazione.

La presenza dei “laici” nel nostro apostolato

Don Alberione resiste nell’idea che le opere del carisma paolino siano realizzate solo da persone consacrate fino a quando un insieme di cambiamenti lo porta ad acconsentire all’inserimento di **collaboratori laici** o ad affidare a terzi la tappa della produzione tecnica.

4.2. Volendo procedere all’attualizzazione dell’identità dell’apostolo paolino nella comunicazione, è prudente riflettere sui **religiosi** della Società San Paolo e sui **collaboratori laici**, sempre più presenti nelle nostre opere apostoliche.

Il **punto di appoggio insostituibile** per ogni ulteriore approfondimento resta la volontà del Fondatore: **non essere semplicemente un gruppo editoriale cattolico, ma un insieme di apostoli che evangelizzano nella comunicazione con la comunicazione**. Per noi l’evangelizzazione non può assolutamente prescindere dalle varie forme della comunicazione, ma la comunicazione di cui ci serviamo non coincide automaticamente con l’evangelizzazione. **Per raggiungere il nostro scopo missionario non dobbiamo snaturare o pretendere di poter spadroneggiare sulla comunicazione, ma solamente valorizzare le potenzialità che essa stessa possiede.**

Sarebbe un **mutamento genetico** se l’inserimento disinvolto di collaboratori laici creasse il pericolo paventato dal beato Alberione: scendere da apostoli a commercianti; dall’evangelizzazione al commercio. **Questo giustifica in modo improrogabile la necessità di un profilo nuovo del Paolino che lo abiliti a valorizzare l’opera dei laici mantenendola al livello di “collaborazione per il Vangelo”.**

Importanza della “comunità” nella vita apostolica paolina.

4.3. La missione di evangelizzare nella comunicazione è affidata dalla Chiesa ad ogni membro della Società San Paolo, la quale è una Congregazione di vita comune, voti religiosi e apostolato specifico. La missione è un incarico dato alla Congregazione come comunità di apostoli, non come insieme di singoli autonomi.

Spiegando il significato della vita comunitaria paolina, il Fondatore precisa: «La “vita in comune” è nata dall’apostolato ed in vista dell’apostolato. Questo carattere di società finalizzata da uno scopo, comprende bensì il bene comune dei membri; ma insieme la stessa osservanza della vita conventuale ha una sua organizzazione che tiene conto di questo: “siamo a servizio di anime”; religiosi-apostoli» (*Ut perfectus sit homo Dei*, I, 285).

La vita comunitaria orientata all’apostolato caratterizza la forma di vita religiosa di una Congregazione che permette ai suoi membri di unire in **simbiosi la **vita contemplativa** e la **vita attiva** per poter “comunicare agli altri quanto è stato contemplato”. L’apostolato scaturisce da una comunità che è contemplativa proprio per poter essere attiva con una forma particolare di predicazione. L’impegno della santificazione personale e comunitaria è strettamente finalizzato a condividere fuori della comunità la ricchezza dell’esperienza vissuta. Santità e apostolato sono un unico obiettivo per ogni membro e per la comunità paolina.**

La comunità non è chiusa su se stessa, ma è per natura “missionaria”: anche i voti di obbedienza, povertà, castità e fedeltà al Papa sono intesi e vissuti per la missione.

Osservando l’evolversi delle comunità paoline, Don Alberione educa progressivamente il vivere insieme per la **duplice** dimensione dell’unica missione (vocazionale/formativo e apostolato della comunicazione) e per arrivare a dotarsi delle **qualità umane e religiose** necessarie per una qualità di vita gratificante. **La vita comune è allo stesso tempo un “gruppo di apostoli” ma anche un “gruppo umano”: la finalità missionaria non elimina la**

qualità di vita all'interno perché non siamo **“un meccanismo, ma un organismo”** (*Ut perfectus sit homo Dei*, I, 284).

4.4. Anche la vita comunitaria paolina necessita di un'attualizzazione che sappia, anzitutto, integrare la ricchezza del Magistero universale sulla vita consacrata, iniziando dal decreto del Vaticano II *Perfectæ caritatis* (28.10.1965), includendo, tra gli altri, le esortazioni apostoliche di Paolo VI *Evangelica testificatio* (29.06.1971) e *Vita consecrata* di Giovanni Paolo II (25.03.1996); i testi della Congregazione per gli Istituti di vita consacrata e le società di vita apostolica: *Direttive sulla formazione negli Istituti religiosi* (02.02.1990), *La vita fraterna in comunità* (02.02.1994), *Ripartire da Cristo* (19.05.2002), *Il servizio dell'autorità e l'obbedienza* (11.05.2008).

Occorre inoltre, unendo ai testi ufficiali le abbondanti pubblicazioni, studiare con attenzione l'evoluzione della **teologia**, del **diritto** e della **pratica** della vita consacrata a livello mondiale. Negli ultimi decenni sono fiorenti, infatti, gli studi e i tentativi pratici per una **“rifondazione”** o un **“rinnovamento”** della vita consacrata.

4.4.1. Dall'abbondante documentazione alla quale si è fatto riferimento, in estrema sintesi si possono evidenziare **alcune convinzioni indispensabili** per attualizzare la vita consacrata paolina.

① Si conferma, anzitutto, che in una Congregazione la **“missione” è il polo di tutti gli elementi che definiscono la vita consacrata**: «Non esiste concretamente una vita religiosa **“in sé”** sulla quale si innesterebbe, come un'aggiunta sussidiaria, il fine specifico e il carisma particolare di ogni Istituto. Non esiste, negli Istituti dediti all'apostolato, ricerca della santità o professione dei consigli evangelici, o di vita votata a Dio e al suo servizio, che non sia intrinsecamente legata al servizio della Chiesa e del mondo” (*Direttive sulla formazione negli Istituti religiosi*, n. 17).

② Anche i voti religiosi sono caratterizzati dal carisma particolare: «Così non vi è un modo uniforme di osservare i consigli evangelici, ma ogni Istituto deve stabilire il proprio modo **“tenendo conto dell'indole e delle finalità proprie”**» (*Ibid.*, n. 16).

③ La **“missione” è il servizio di carità specifico di una Congregazione, non compresa solo come “lavoro”, ma come realtà “teologica”**: **“Ad imitazione di Gesù, coloro che Dio chiama alla sua sequela, sono consacrati e inviati nel mondo per continuare la sua missione. Anzi, la stessa vita consacrata, sotto l'azione dello Spirito Santo, diventa missione”** (*Ripartire da Cristo*, n. 9).

4.4.2. Dal Concilio Vaticano II in poi evolve anche la visione del rapporto tra **“contemplazione e azione”**. La spiegazione che **“prima”** viene la contemplazione e **“poi”** l'azione è presentata dalla teologia della vita consacrata post-conciliare in forma integrata.

“Gli Istituti impegnati nell'una o nell'altra forma di servizio apostolico devono infine coltivare una solida spiritualità dell'azione, vedendo Dio in tutte le cose e tutte le cose in Dio... La stretta unione tra contemplazione e azione permetterà, oggi come ieri, di affrontare missioni difficili” (*Vita consecrata*, n. 74). L'equilibrio è: **“tutta la vita sia pervasa dallo spirito apostolico e tutta l'azione apostolica sia compenetrata di contemplazione”** (*Ibid.*, n. 9). «Nonostante le comprensibili difficoltà che alcuni di essi possono attraversare, è bene ricordare a tutti che **“la fede si rafforza donandola”**, così la missione rafforza la vita consacrata, le dà nuovo entusiasmo e nuove motivazioni, sollecita la sua fedeltà» (*Ibid.*, n. 78).

4.4.3. Anche la vita comunitaria deve essere approfondita per evitare i **due estremi** di una vita comune chiusa in se stessa e di una vita comune solo funzionale alla missione. La vita comunitaria come **“realtà teologica”** richiede di essere capita e vissuta sia come ambiente umano dove si diventa fratelli sia come soggetto della missione apostolica, realizzata nell'unità di doni differenti.

“Per favorire la comunione degli spiriti e dei cuori di coloro che sono chiamati a vivere insieme in una comunità, sembra utile richiamare la necessità di coltivare le qualità richieste in tutte le relazioni umane: **educazione, gentilezza, sincerità, controllo di sé, delicatezza, senso dell’umorismo e spirito di condivisione**. I documenti del Magistero di questi anni sono ricchi di suggerimenti e segnalazioni utili per una convivenza comunitaria, quali: la lieta semplicità, la chiarezza e la fiducia reciproca, la capacità di dialogo, l’adesione sincera a una benefica disciplina comunitaria” (*La vita fraterna in comunità*, n. 27).

D’altra parte “la comunione genera comunione e si configura essenzialmente come comunione missionaria, la comunione e la missione sono profondamente congiunte, si compenetrano e si implicano mutuamente, al punto che la comunione rappresenta la sorgente e insieme il frutto della missione, la comunione è missionaria e la missione è per la comunione” (*Ibid.*, n. 58).

La “dimensione comunicativa” aggiunta ai voti comporta una loro valenza sociale e collaborativa con il carico di un ulteriore coinvolgimento nell’azione della Congregazione a partire dal livello comunitario.

4.4.4. Come scelta di ogni membro e stile di vita comune, anche i **voti religiosi** dei Paolini devono essere aggiornati con una motivazione che, fondandosi su aspetti biblici, teologici, antropologici e psicologici, è in grado di aggiungervi la **dimensione comunicativa** propria del nostro carisma.

Unendo le indicazioni del beato Alberione e la “carità” da esercitare nella comunicazione, il voto di **obbedienza** è l’ascolto attento e costante della Parola di Dio e insieme dei bisogni e delle attese dei nostri destinatari. L’esercizio della **povertà** vissuto come investimento di tutti i beni per l’apostolato è arricchito anche dalla coscienza di dover dare con le nostre iniziative apostoliche una “testimonianza” di qualità, non un “prodotto” mediocre di mercenari del sacro. La **castità**, intesa come valorizzazione dell’affettività e del bisogno di amare ed essere amati, oltre ad essere vissuta con l’impegno del celibato, viene potenziata da una creatività apostolica che è espressione di fecondità inventiva nelle relazioni rese possibili dalle diverse forme di comunicazione. Il voto di fedeltà al Papa per quanto riguarda l’apostolato mantiene “nomade” il nostro carisma, evitando che inconsciamente aggiungiamo anche il “voto di stabilità” in alcune iniziative.

4.4.5. L’evoluzione storica di questi ultimi decenni, con il calo delle vocazioni e con la complessità delle opere apostoliche, pone da tempo un interrogativo sul rapporto tra diminuzione dei membri di un Istituto e importanza delle opere che sono già in atto o che si vorrebbe iniziare. A queste ragioni numeriche, la teologia del laicato, dal Vaticano II in poi, offre una motivazione di carattere religioso per l’**integrazione dei laici** nella vita religiosa.

“Oggi non pochi Istituti, spesso in forza delle nuove situazioni, sono pervenuti alla convinzione che il loro carisma può essere condiviso con i laici. Questi vengono, perciò, invitati a partecipare in modo più intenso alla spiritualità e alla missione dell’Istituto medesimo” (*Vita consecrata*, n. 54).

“È da tener presente poi che in iniziative nelle quali siano coinvolti laici anche a livello decisionale, per essere considerate opera dell’Istituto, devono perseguirne i fini ed essere attuate sotto la sua responsabilità” (*Ibid.*, n. 56).

La nostra Congregazione è stata dotata dal Fondatore stesso della presenza dei Cooperatori paolini e degli Istituti paolini di vita secolare consacrata. Le forme di collaborazione più recenti di laici si hanno con il contributo di esperti nell’ambito della promozione vocazionale, della formazione, specialmente intellettuale e culturale dei nostri giovani e, soprattutto, con l’aiuto, destinato ad essere sempre più abbondante, nelle nostre attività apostoliche.

La valorizzazione dei laici non può essere solo un’urgenza professionale: l’approfondimento del carisma permette nuove possibilità di attuazione.

5. Nuovi Paolini: pastorale vocazionale e formazione paolina

Los apartados 5 y 6, constituyen la parte más importante para el apostolado de la formación. El No. 5 proponemos sea analizado, conjuntamente, por los equipos de Apostolado y Formación, ya que se trata de la **pastoral vocacional** (5,1-5.4.3) y la **formación paulina** (5.5-5.8.6). Proponemos algunas señalizaciones:

Pastoral Vocacional

- El Fundador siempre estuvo convencido que esta “**nueva forma de evangelizar**” requería “**nuevos apóstoles**”. Indicó sin equívocos, **la característica** para ser paulino:
 - **El amor al apostolado.** (No. 5.1).
- En todo el material vocacional y en toda actividad de Pastoral Vocacional, es indispensable presentar con claridad estas tres características del carisma paulino (No. 5.4):
 - a) La base del carisma paulino es **la espiritualidad de Cristo Maestro, Camino Verdad y Vida, María Reina de los Apóstoles y san Pablo.**
 - b) El apostolado paulino debe ser ilustrado en referencia a **la evangelización en la comunicación con la comunicación** (No. 5.4.2)
 - c) El carisma paulino es vivido por personas que forman una **comunidad** (5.4.3).

Las etapas formativas

- Desde el Capítulo general especial (1969-1971), la Congregación ha sucesivamente trazado indicaciones formativas (5.2 y 5.6).
- Para contribuir a una actualización de la formación paulina, tener en cuenta: la riqueza de nuestro **Fundador**, las indicaciones de la **Congregación** y las disposiciones del **Magisterio universal**, es necesario profundizar y relanzar **algunos aspectos**:
 - La formación debe ser **personalizada**.
 - Una formación **integral** y **unitaria**, finalizada a la **misión apostólica**.
 - La **formación humana** como base de toda la obra educativa.
 - Los estudios de la **filosofía** y la **Teología**, complementados con una **sistemática formación al carisma paulino**, a la **comunicación**, al estudio de las **lenguas** ya experiencias de **otras culturas**.
 - Formación a saber **trabajar en equipo**. Coordinación de los estudios de **especialización** por parte del Gobierno general.
 - Empeño por una **Formación permanente**. (nn. 5.8 - 5.8.6).

5.1. Fin dagli inizi, Don Alberione è convinto che una “nuova forma di evangelizzazione” richiede “nuovi apostoli”. Per questa ragione, adottando lo stesso metodo del Seminario e degli Istituti del suo tempo, a poco a poco sollecita i Parroci e i Cooperatori della zona ad inviare giovani per l’opera appena iniziata. Egli si serve della rivista *Vita pastorale* e del bollettino *Unione Cooperatori Buona Stampa* per spiegare in dettaglio il “nuovo apostolato”, offrendo in questo modo un’opportunità nuova per ragazzi che vogliono consacrarsi a Dio.

Dal principio fino agli anni 1950, l’indicazione del Fondatore per la ricerca vocazionale si orienta verso i **giovannissimi** per poterli formare da subito alla spiritualità e all’apostolato paolini. A partire dagli anni 1960, Don Alberione prende in considerazione anche la possibilità di **vocazioni adulte** (fino a 23 anni), stabilendo una casa specifica per la loro accoglienza e formazione.

Oltre alle qualità richieste dalle normative ecclesiali del tempo per i candidati al sacerdozio e alla vita religiosa, Don Alberione indica, senza equivoci, le caratteristiche necessarie per essere Paolini; il segno inequivocabile di una vocazione paolina non è una predisposizione ad una bontà generica, ma **l'amore all'apostolato**.

“Senza le persone, le opere non si fanno. Noi abbiamo tante belle idee, tanti bei disegni. Non bastano i bei programmi perché risulti per le anime quel frutto che ci vuole. Ci vogliono le persone. L'opera delle opere: le vocazioni” (*Alle Figlie di San Paolo 1950-1953*, p. 423); “L'apostolato delle vocazioni deve precedere e accompagnare l'apostolato delle edizioni” (*Ibid.*, p. 403).

Quella che segue, compresa tra i due segni #...# può essere utilizzata come una nota bibliografica che i formatori possono tener presente e utilizzare secondo le necessità.

5.2. Pur valorizzando quanto nella pastorale vocazionale è stato realizzato dopo la scomparsa del Fondatore, per brevità ci si può soffermare sull'ultimo periodo, facendo riferimento alle iniziative di studio e di proposte concrete realizzate in occasione dell'**Anno vocazionale**, voluto dalla linea operativa 2.2.2 dell'VIII Capitolo generale e celebrato nel 2005-2006.

Merita, inoltre, ricordare quanto è stato evidenziato sulla pastorale vocazionale durante il **Seminario di attualizzazione del carisma paolino** (18.06 - 03.07.2008) e l'**Incontro internazionale dei Coordinatori della pastorale vocazionale e della formazione** (14-21.09.2008). In occasione di questo ultimo evento, il Governo generale ha anche dato seguito pratico alla linea 2.2.1 che prevede un “Segretariato internazionale”, dando vita al **Segretariato internazionale per la Promozione Vocazionale e la formazione** (= SIF), perché, in collegamento con il CTIA, collabori con il Governo generale ad animare due ambiti strategici della vita paolina.

La Congregazione dispone di numerosi **testi normativi e propositivi** per la pastorale vocazionale: Le *Costituzioni e Direttorio*, il *Servizio dell'autorità nella Società San Paolo. Manuale*, i *Documenti* del Capitolo generale speciale 1969/1971, la *Ratio formationis*, gli *Atti del Seminario “Formazione Paolina per la Missione”*, *Schede sull'identità del paolino nella sua duplice espressione sacerdote/discepolo*, *Compendio dei principali insegnamenti del Fondatore circa il tema delle vocazioni*, *Orientamenti circa la pastorale vocazionale e i sussidi da preferire*, *Iter formativo* per ogni Circostrizione.

5.3. Prendendo come punto di avvio i documenti del Vaticano II nei quali si tratta della pastorale vocazionale e tenendo conto dell'abbondanza di testi del **Magistero universale**, delle pubblicazioni delle **Congregazioni** del Clero, dell'Educazione, del Culto divino e dei Sacramenti, della Dottrina della fede, dell'Educazione cattolica, degli Istituti di vita consacrata e le Società di vita apostolica, dei Vescovi e di altri **Organismi** vaticani, disponiamo di una ricchezza di indicazioni da valorizzare per l'attualizzazione della pastorale vocazionale paolina. #

5.4. In tutto il materiale vocazionale e in tutte le forme di incontri personali e di gruppo con i giovani che potrebbero diventare candidati alla vita paolina, è indispensabile presentare con chiarezza almeno *tre caratteristiche* del carisma paolino.

① 5.4.1. **L'esperienza di fede in Dio che fonda il carisma paolino è la spiritualità di Cristo Maestro, Via, Verità e Vita, Maria Regina degli Apostoli e San Paolo. Per vivere la fede nella sua integralità, il Fondatore ha posto San Paolo come modello.** Pertanto la nostra spiritualità è quella vissuta e descritta da San Paolo. Si è Paolini, anzitutto, perché si vive, si pensa e si testimonia nell'apostolato la fede di San Paolo. **Senza scoprire l'originalità di San Paolo nell'esperienza di fede delle comunità della Chiesa primitiva, è difficile capire quale debba essere l'apporto originale della spiritualità paolina nelle comunità ecclesiali di oggi.**

Fin dal primo contatto con la nostra Congregazione, il giovane deve sapere che la prima esperienza di fede in Cristo che incontra è quella di San Paolo. Perché vi possa essere una percezione esatta della nostra spiritualità, bisogna tener conto di come i giovani vivono già la loro fede o dei desideri che nutrono. **Se un giovane è alla ricerca di una spiritualità generica o contemplativa, è necessario precisare bene la nostra identità in riferimento a San Paolo.**

② 5.4.2. Anche **l'apostolato paolino deve essere illustrato in riferimento all'evangelizzazione nella comunicazione con la comunicazione.** La missione non si identifica con la pratica professionale di uno dei tanti "mestieri" della comunicazione, ma è un atto di predicazione sotto forma di testimonianza. I Paolini hanno ricevuto dalla Chiesa la missione di realizzare per sé l'esperienza della fede con la comunicazione in vista di poterla offrire agli altri nella varietà dei modi comunicativi attuali.

Se il giovane si manifesta contrario, scettico o indifferente nei confronti dell'apostolato, è bene invitarlo subito ad un discernimento alternativo. L'esperienza insegna che tanto una spiritualità generica come un apostolato generico costituiscono, prima o poi, fattori di crisi personale e un vero disturbo per la comunità.

③ 5.4.3. **Il carisma paolino è vissuto da singoli che formano comunità a vari livelli.** La vita comune paolina, come è stato ricordato, non è fine a se stessa, ma costituisce un impegno di comunione per realizzare uniti l'unica missione apostolica.

La presentazione della comunità paolina deve permettere al giovane di intravedere tutte le componenti: vita fraterna in comune realizzata con l'impegno dei voti religiosi, con qualità umane e religiose, con la capacità di lavorare insieme ad altri Paolini e ai collaboratori laici, e costruendo l'unità con la diversità dei doni.

5.5. Per i giovani che, dopo adeguato esame, sono ammessi in comunità, la *Ratio formationis* e l'*Iter formativo* prevedono le **tappe successive di formazione**: formazione di base, specialistica e permanente.

Gli insegnamenti del Fondatore sulla formazione paolina, numerosi e precisi, si possono sintetizzare con l'obiettivo di una **formazione integrale**: "La formazione unitaria comprende la vita umana, religiosa, clericale, apostolica per presentare un uomo perfetto in Cristo... Il perfetto Maestro formerà uomini perfetti in Gesù Cristo. Nella formazione Cristocentrica, il Paolino diverrà nelle debite proporzioni anch'egli via, verità e vita secondo lo spirito delle Costituzioni; condizioni necessarie per la santificazione e l'apostolato" (*Ut perfectus sit homo Dei*, II, 191).

Proprio perché Cristocentrica, la formazione paolina è orientata alla missione: "Principio generale: tutta la formazione deve comporsi ed ordinarsi, in modo speciale per gli studi, rispetto all'apostolato proprio della Famiglia Paolina. Tale fine è da tener presente sin dall'inizio dell'entrata nell'Istituto nostro: tanto nella scuola, come nei consigli, meditazioni e predicazioni; così che non si comunichi una vita generica, ma una dottrina, una pietà ed una vita religiosa eminentemente paolina" (*Ibid.*, 193).

5.6. Dal Capitolo generale speciale 1969-1971, la Congregazione ha successivamente tracciato **indicazioni formative** che, per unità tematica, si possono rintracciare nei documenti precedentemente citati per la pastorale vocazionale paolina. Per rendersi conto del percorso di questi ultimi anni, si possono ricordare: *Costituzioni e Direttorio*, *Ratio formationis*, *Formazione per la missione*, *Servizio dell'autorità nella Società San Paolo*. *Manuale, Relazioni e proposte* dell'Incontro internazionale dei Coordinatori della pastorale vocazionale e della formazione.

5.7. Da parte sua, il Magistero universale e le Congregazioni vaticane, a partire dai testi del Vaticano II sulla formazione, hanno pubblicato vari documenti sulla formazione del

sacerdote e dei religiosi che costituiscono anche per noi un punto di riferimento per essere in sintonia con l'**evoluzione della Chiesa**.

5.8. Per contribuire ad un'attualizzazione della formazione paolina, facendo tesoro delle ricerche sul Fondatore, delle indicazioni della Congregazione e delle disposizioni del Magistero universale, occorre approfondire e rilanciare **alcuni aspetti**.

I numeri seguenti mostrano progressivamente questi vari aspetti sottolineati in verde.

5.8.1. Osservando nelle varie Circostrizioni l'esiguità numerica dei candidati alla vita paolina e, soprattutto, studiando con attenzione le caratteristiche della gioventù, è prudente lasciare da parte una mentalità formativa ereditata ai tempi dei grandi numeri. **La formazione deve essere personalizzata, non con metodi usati per un gruppo generico e, meno ancora, per una massa anonima.**

5.8.2. Resta quanto mai attuale l'esigenza – come insistentemente si esprime il Fondatore – di una **formazione integrale** di tutti gli aspetti della personalità paolina, e **unitaria**, finalizzata ad una missione apostolica motivata da convinse ragioni spirituali.

La celebrazione dell'**Anno vocazionale paolino** (4 aprile 2005 – 4 aprile 2006) in tutta la Congregazione, ha confermato che la conoscenza documentata del mondo giovanile è la condizione necessaria per un'efficace promozione vocazionale e per una formazione adatta alla personalità complessa dei **giovani del nostro tempo**.

Le attitudini dei giovani che entrano oggi nelle nostre comunità, lo scarto di età con le altre generazioni di Paolini e la presenza dei laici nel nostro apostolato, confermano che la formazione umana sta a fondamento di tutta l'opera educativa.

5.8.3. Una particolare cura va posta per garantire una formazione culturale che sia adeguata per la missione paolina. Profondi devono essere gli **studi di filosofia e teologia**, accompagnati sistematicamente da una formazione al **carisma paolino, alla comunicazione, allo studio delle lingue e ad esperienze di altre culture.**

Per non scadere in studi generici, perché scollegati dal carisma e dalla comunicazione, dobbiamo tener ben presente quanto stabilisce l'Istruzione *La collaborazione inter-Istituti per la formazione*, pubblicata dalla Congregazione per gli Istituti di vita consacrata e le Società di vita apostolica (08.12.1998). Se il riunire in un unico centro di studi di filosofia e teologia gli juniores di vari Istituti ha indubbi vantaggi, soprattutto di ordine didattico e umano, si può anche incorrere nel pericolo di un appiattimento su una cultura generica.

«In ogni forma di collaborazione inter-istituti è necessario attuare la dovuta distinzione tra la comunità formatrice e il centro inter-istituti. **La comunità formatrice è l'istanza primaria di riferimento che nessun centro può sostituire. Essa costituisce l'ambito nel quale cresce e matura, nello spirito dei rispettivi Fondatori, l'identità personale e la risposta alla vocazione ricevuta. ...“La fedeltà al proprio carisma ha bisogno di essere approfondita nella conoscenza, ogni giorno più vasta, della storia dell'Istituto, della sua missione peculiare e dello spirito del Fondatore, sforzandosi contemporaneamente di incarnarlo nella vita personale e comunitaria”**» (n. 10).

5.8.4. Nell'integrazione operata tra studi di filosofia e teologia con carisma e comunicazione, si rende sempre più necessaria una **formazione a saper vivere e lavorare in gruppo**, sia tra Paolini che con i laici presenti nelle opere apostoliche.

Da sempre l'evangelizzazione con la comunicazione richiede la convergenza tra diverse competenze; la comunicazione multimediale e in rete, oltre al saper lavorare insieme, esige anche la capacità di essere **interlocutori preparati** per trattare con esperti di queste forme comunicative. L'autorevolezza nasce dalla competenza, non dalla semplice appartenenza alla proprietà che realizza le opere. **La formazione in comunicazione non può identificarsi solo**

con alcune ore di lavoro nelle attività apostoliche, ma richiede una formazione sistematica, progressiva e completa. Da molto tempo la comunicazione non è solo un insieme di “macchine” da usare; soprattutto oggi che essa è una cultura e una varietà di progetti individuali e sociali, è indispensabile uno studio teorico/pratico di ogni aspetto della comunicazione.

5.8.5. Considerata la scarsità del personale paolino, al fine di superare una distribuzione di **formazioni specialistiche** decisa solo con criteri a livello di Circostrizione, sarà necessario un coordinamento di esse a livello di Governo generale. Il **coordinamento a livello generale**, tenendo conto delle attitudini dei candidati, delle necessità della Congregazione a livello continentale e mondiale, potrebbe dar vita ad esperti in vari campi che mettono le proprie competenze a servizio di tutta la Congregazione, svincolandosi dalle urgenze immediate di una sola Circostrizione.

5.8.6. **L'evoluzione della comunicazione è forse il fenomeno più appariscente che giustifica l'impegno per una formazione permanente.** Tuttavia la persona, le comunità e la Congregazione, per adempiere all'impegno del “protendersi in avanti”, non possono trascurare una formazione permanente integrale.

6. Nuova spiritualità per la missione paolina

Este apartado es importante por el hecho de tratar de una “nueva espiritualidad” en vistas de la misión paulina. Lo recomendamos analizarlo en el equipo de formación. Para una mayor profundización sugerimos algunos aspectos de este apartado:

- Desde el 1920 el Fundador ya había delineado la fisionomía definitiva de la espiritualidad paulina: “*La Familia Paulina aspira a vivir integralmente el Evangelio de Cristo, Camino, Verdad y Vida, en el espíritu de san Pablo, bajo la mirada de la Reina de los Apóstoles*” (nn. 6.1 – 6.3.3).
- La comprensión de una **espiritualidad contemplativa y activa** debe reflejarse en todos los aspectos de la vida paulina: prácticas de piedad, estudios, apostolado, vida comunitaria y votos religiosos. (No. 6.3.4).
- La habilidad requerida para evangelizar en la comunicación con la comunicación es considerada una parte necesaria de ella: **por lo que una escasa, o peor aún, la total ausencia de profesionalidad en comunicación puede convertirse en un obstáculo a la evangelización** (No. 6.3.6).

In questo capitolo le tre componenti: apostolica-formativa-spirituale sono concatenate

6.1. Guidato dalla luce dello Spirito, il beato Alberione, volendo iniziare l'evangelizzazione con la stampa affidata ad un gruppo di religiosi, riflette a lungo sulla **spiritualità adeguata** che essi devono vivere in vista di comunicarla agli altri con una nuova forma di predicazione. Il carisma di ogni Congregazione è inscindibilmente costituito di una missione particolare realizzata con la motivazione soprannaturale di una spiritualità specifica. La storia della vita consacrata, soprattutto delle Congregazioni, mostra che tra il servizio di carità e l'ispirazione soprannaturale che lo rende efficace, occorre una stretta unità: **non ogni spiritualità è conforme a qualsiasi servizio apostolico.**

Fin dagli inizi, Don Alberione è convinto che per l'apostolato stampa occorrono “devozioni nuove”. Presentando il **Cristo Maestro**, commenta “È una devozione che maturerà in questi tempi di apostolato” (*Unione Cooperatori Buona Stampa*, n. 9, 10 agosto 1922; cf. *La primavera paolina*, p. 457). Quando viene esposto per la prima volta nella casa un nuovo quadro della Madonna, il Fondatore afferma: “Un periodo nuovo quasi si inizierà in

Casa all'apparire del nuovo quadro di **Maria Regina degli Apostoli**, ...l'immagine della Madonna della Buona Stampa, la Regina degli Apostoli" (*Ibid.*, n. 4, 19 aprile 1923; cf. *La primavera paolina*, p. 474). Riferendosi a **San Paolo**, il Fondatore scrive: "Sono di nuovo i tempi della devozione al grande apostolo! Anime generose, siate devote di San Paolo e vi divinizzerete. ...La devozione a San Paolo: l'anima del nostro apostolato" (*Ibid.*, n. 6, 21 giugno 1923; cf. *La primavera paolina*, p. 513).

A partire dagli anni 1920 la spiritualità paolina prende la fisionomia definitiva, riassunta da Don Alberione negli appunti in vista del quarantesimo della Congregazione: "La Famiglia paolina aspira a vivere integralmente il Vangelo di Gesù Cristo, Via, Verità e Vita, nello spirito di S. Paolo, sotto lo sguardo della Regina Apostolorum" (*Abundantes divitiæ gratiæ suæ*, 93).

6.2. La scelta di questa "**nuova spiritualità**" ha assorbito il Fondatore con diverse ricerche: "Nello studio delle varie spiritualità: Benedettina, Francescana, Ignaziana, Carmelitana, Salesiana, Domenicana, Agostiniana apparve sempre più chiaro che ognuna ha lati buoni, ma in fondo vi è sempre Gesù Cristo Divino Maestro, di cui ognuna specialmente considera un lato. ...Ma se poi si passa allo studio di S. Paolo, si trova il Discepolo che conosce il Maestro Divino nella sua pienezza; egli lo vive tutto; ne scandaglia i profondi misteri della dottrina, del cuore, della santità, dell'umanità e della divinità: lo vede dottore, ostia, sacerdote: ci presenta il Cristo totale, come già si era definito, Via, Verità e Vita. In questa visione vi sta la religione, dogma, morale e culto; in questa visione vi è Gesù Cristo integrale, per questa devozione l'uomo viene tutto preso, conquistato da Gesù Cristo" (*Abundantes divitiæ gratiæ suæ*, 159-160).

In sintesi, Don Alberione è alla ricerca di una spiritualità che non accentui solo un "lato", ma proponga un Cristo "integrale" (dogma, morale e culto) che sappia prendere "tutto l'uomo": **una cristologia integrale per la totalità della persona**. La meditazione di **San Paolo** gli consente di incontrare la globalità che egli cerca; per questa ragione l'Apostolo è come la chiave interpretativa di tutta la spiritualità per l'apostolato stampa: "Tutta la vita della Famiglia Paolina è venuta dall'Eucaristia; ma fu trasmessa da S. Paolo. Dall'Eucaristia perché Gesù è la vita, ma l'Ostia santa per entrare nei nostri cuori ha bisogno di essere portata. Ed è stato S. Paolo che ha compiuto quest'opera di comunicare la vita di Gesù Cristo. ...È il nostro Padre S. Paolo" (*Alle Figlie di San Paolo 1954*, p. 141).

La figura di San Paolo è talmente centrale in tutta l'attività fondazionale di Don Alberione che egli ripete costantemente: "La Famiglia Paolina, composta di molti membri, deve essere Paolo oggi vivente in un corpo sociale. ...La Famiglia Paolina è suscitata da S. Paolo per continuare la sua opera; è S. Paolo vivo oggi, ma che oggi è composto di tanti membri. Non abbiamo eletto noi S. Paolo; è lui che ha eletto e chiamato noi. Vuole che facciamo quello che egli farebbe se oggi visse" (*Ibid.*, p. 144).

Paolo riceve e dà: ⇄, un vero modello di comunicazione

6.3. In San Paolo il Fondatore vede **un modello**, che ha vissuto come discepolo il Cristo integrale e come apostolo si è rivolto alla totalità della persona e a tutti, soprattutto con la sua missione presso i Gentili. Il "farsi tutto a tutti" di San Paolo nell'evangelizzazione dei gentili, diventa la "forma" necessaria da imitare nell'evangelizzazione con la stampa; in entrambi i casi si tratta di raggiungere un pubblico nuovo per proporgli il Vangelo.

Interpretando in modo originale la figura di San Paolo, il beato Alberione opera **alcune scelte** che lo pongono tra i pionieri di una visione teologica che troverà nel Vaticano II la sua conferma più autorevole.

6.3.1. Incaricata da Cristo di continuare la sua missione, la Chiesa, di fronte alla fuga delle masse dalla fede, non può rinchiudersi e consolarsi con i pochi che restano, ma deve avere l'audacia dello Spirito, rappresentata dalla parabola del buon pastore, per andare alla ricerca delle pecore sperdute. L'evangelizzazione, nel contesto di fine 1800 e dei primi decenni del

1900, richiede una Chiesa missionaria che si mobiliti per raggiungere i lontani: la stampa è la forma più adeguata per una forma nuova di evangelizzazione.

6.3.2. Il compito della Chiesa è di essere la mediazione umana dell'opera soprannaturale di Cristo mediante la predicazione della Parola e i Sacramenti per quanti sono credenti fedeli, ma **“accanto alla predicazione orale è necessaria la predicazione scritta”** per raggiungere chi non crede. In questo modo anche la predicazione con la stampa pone una “realtà terrestre” al servizio di un obiettivo soprannaturale e può tradursi in efficacia spirituale. Don Alberione, con una visione quasi mistica, interpreta tutto il processo dell'evangelizzazione con la stampa come un quasi-sacramento, che si celebra nelle “chiese” dove si realizzano i prodotti editoriali e che trasforma ogni mezzo tecnico in strumento per la fede.

Lasciando da parte la paura e le valutazioni negative di parte dei credenti, Don Alberione considera la stampa, e i successivi mass media, come **“realtà terrestri”** opportune per realizzare una forma di evangelizzazione nuova. Anzi, la pigrizia a non valorizzare per il Vangelo questi mezzi è percepita come una colpa.

6.3.3. Nel dar vita ad un gruppo di religiosi che sono riuniti in una Congregazione dove è praticata l'unità di **“contemplazione e azione”**, il profilo di San Paolo come **“mistico e apostolo”** per Don Alberione è provvidenziale. Iniziando la Società San Paolo e, successivamente, fondando altre quattro Congregazioni femminili, egli indica a tutti la bellezza di una vita consacrata alla santificazione e all'apostolato. Spiegando questa **“terza via”**, tra quella monastica e quella attiva, il Fondatore ricorda con costanza che in una Congregazione vi è reciproca fecondità tra contemplazione e azione; che sarebbe un errore pretendere di santificarsi con le Costituzioni di una Congregazione dedicandosi solo alla contemplazione o solo all'azione, mentre occorre fare unità tra le due.

6.3.4. La comprensione di una spiritualità contemplativa e attiva si riflette in tutti gli aspetti della vita paolina: pratiche di pietà, studi, apostolato, vita comune e voti religiosi. La redazione, in tappe successive, del *Libro delle preghiere* si configura come espressione orante di questa sintesi di spiritualità attiva e di attività spirituale. Le pratiche tradizionali di ogni comunità religiosa, le formule di preghiera, i canti religiosi, le invocazioni a Gesù Maestro Via, Verità e Vita, alla Regina degli Apostoli e a San Paolo sono intrise di **“apostolato”**. Si tratta di una preghiera adeguata alla missione specifica: **una preghiera apostolica per un apostolato orante.**

Nei punti seguenti è esemplificata la “spiritualità apostolica” secondo don Alberione.

6.3.5. L'unità tra spiritualità, preghiera e missione può essere osservata nel come sono presenti i **“destinatari della missione”** proprio nel momento massimo di contemplazione: **“Ascoltare la Messa con coscienza sociale è trasformarla nel più vivo apostolato”** (*Alle Famiglie Paoline*, 1954, p. 49; cf. *Anima e corpo per il Vangelo*, p. 162). **“Il redattore paolino si trova in una condizione speciale, nel senso che egli è un predicatore, non con la parola, ma con la carta e la pellicola. Il predicatore deve sempre fare due cose, e in proporzione anche lo scrittore, e cioè deve farsi questa domanda. Chi ho davanti a me? A chi mi rivolgo? Considerare davanti a sé i lettori o quelli che spera lo saranno un giorno. ...Non basta che tu faccia la lettura spirituale solo per te. Tu hai un ufficio di redazione e che verità vuoi comunicare? ...Pregare per tutti i lettori, per avere la grazia di comprendere i loro bisogni, per trovare le vie giuste per giungere al loro cuore”** (*Alle Figlie di San Paolo. Spiegazione delle Costituzioni*, 433).

6.3.6. L'abilità richiesta per realizzare l'evangelizzazione con i mezzi nelle tre fasi che la compongono (redazione, tecnica e diffusione) è da considerarsi parte necessaria di essa: la

scarsa o, peggio, la totale assenza di professionalità in comunicazione può diventare un ostacolo all'evangelizzazione. Per questo la "competenza in comunicazione" costituisce per il carisma paolino la via propria di santificazione come viene descritta nelle **Costituzioni.** **La competenza in comunicazione non è un elemento secondario o opzionale, ma è la preparazione necessaria per realizzare, in unità con i risultati dell'esperienza di fede maturata nella contemplazione, un'evangelizzazione efficace.** La santificazione con il carisma paolino necessita di capacità di contemplazione e di professionalità in comunicazione: "Le opere di apostolato non sono pratiche di pietà, ma si possono chiamare opere di pietà" (*Alle Figlie di San Paolo 1950-1953*, p. 217).

Il carisma paolino richiede **unità inscindibile** tra motivazione soprannaturale e capacità umana, perché le opere apostoliche sono la traduzione in comunicazione dell'esperienza di **fede.** Don Alberione spiega in modo inequivocabile questa unità: "Facciamo un altro esempio: supponiamo che un istituto di religiosi faccia vita contemplativa e fabbrichi del cioccolato oppure eseguisca dei pizzi o lavori manuali. Qui ciò che si fa è disgiunto dalle opere di pietà, quindi la pietà non produce l'apostolato. Invece il vostro apostolato deve nascere dalla pietà e deve essere fatto in modo tale che l'apostolato stesso dia il nutrimento" (*Ibid.*, pp. 221-222).

Per tutta la Chiesa, dunque anche per il carisma paolino, uno **sfasamento** tra spiritualità e capacità di evangelizzazione porta a una frattura netta che può, con il tempo, ingigantirsi fino a diventare **impossibilità di comunicazione:** «Il mio predecessore Paolo VI diceva che "la rottura fra il vangelo e la cultura è senza dubbio il dramma della nostra epoca", e il campo dell'odierna comunicazione conferma in pieno questo giudizio" (Giovanni Paolo II, *Redemptoris missio*, 07.12.1990, n. 37c).

6.4. Il Vaticano II è stato un avvenimento epocale nella storia della Chiesa, caratterizzato dalla fedeltà alla tradizione e, al tempo stesso, dalla saggezza di tener conto del contesto moderno in cui la Chiesa vive ed evangelizza. La varietà dei movimenti ecclesiali e la lucidità di alcuni personaggi (tra i quali anche Don Alberione), che nei decenni precedenti hanno anticipato l'evento conciliare sfuggendo al modernismo, sotto la guida dello Spirito hanno trovato la giusta eco nella decisione di Giovanni XXIII.

Il Capitolo generale speciale del 1969-1971 ha avuto il pregio di riesprimere il carisma paolino appellandosi a molti elementi significativi del **Vaticano II;** all'inizio del terzo millennio è necessario completare quest'opera, valorizzando il Magistero universale e la **varietà della riflessione ecclesiale del post-Concilio.** Infatti, oltre a confermare e ad approfondire elementi importanti del carisma paolino, il Concilio e il post-Concilio hanno apportato correzioni e aperto nuove prospettive per tutti i carismi della Chiesa. **Lo sviluppo della teologia della spiritualità, della vita religiosa, dell'evangelizzazione e della pastorale per la comunicazione sono tra le principali indicazioni per l'attualizzazione del carisma paolino.**

6.4.1. Attraverso San Paolo, interprete del Cristo integrale e capace di vivere la fede con tutte le facoltà della sua persona, Don Alberione reagisce a certi modi "**frammentati**" di proporre e vivere la fede ai suoi tempi. Con la sintesi cristologica di Cristo Maestro Via, Verità e Vita, il Fondatore è tra i pionieri che hanno richiamato la necessità di unire Bibbia, liturgia e testimonianza della carità nella vita di fede. L'insieme delle affermazioni teologiche del Vaticano II ristabilisce **l'integralità del Cristo per la totalità della persona** con diverse accentuazioni e in modi complementari. Nei documenti del Vaticano II l'amore alla Sacra Scrittura, la celebrazione partecipata della liturgia e l'impegno di testimonianza in ogni ambito sono presentati in stretta simbiosi.

La validità della formulazione cristologica di Don Alberione confluisce e viene arricchita dalla varietà teologica del Vaticano II nella duplice dimensione della santificazione come "**cristificazione**" che sfocia spontaneamente nel "**farsi tutto a tutti**" con l'evangelizzazione. L'impegno per la diffusione e la lettura della Sacra Scrittura, la preoccupazione di far partecipare il popolo alla liturgia e la mobilitazione per rendere cristiane tutte le realtà

sociali sono tra le convinzioni teologiche e le iniziative pratiche che trovano nel Vaticano II ampia motivazione e coinvolgimento per tutta la comunità ecclesiale.

La celebrazione ecclesiale dell'Anno Paolino 2008-2009 è, anche per il carisma paolino, un'occasione provvidenziale per ripensare l'insegnamento e l'esempio di attività apostolica dell'Apostolo, la fedeltà creativa ad una cristologia integrale da proporre alla totalità della persona nella comunicazione attuale. Nella comunità ecclesiale, che condivide la stessa mentalità nei confronti dei contenuti e degli obiettivi da raggiungere nell'evangelizzazione, il carisma paolino, grazie al suo stretto riferimento a San Paolo e all'insegnamento del beato Alberione, è costante nel ricordare anche la necessità di un metodo adeguato: la sensibilità pastorale che tiene conto della vera identità mutevole dei destinatari.

6.4.2. La persona di San Paolo ha permesso a Don Alberione di superare, nei fatti, la visione incompleta, di ispirazione platonica, della vita consacrata "ideale", che si esaurisce nell'unica forma "contemplativa e monastica", per aprirsi alla pari dignità di "contemplazione" e "azione". **La fede non è per sé, ma è missionaria.**

La teologia della spiritualità e della missione del Vaticano II e del post-Concilio hanno fornito una correzione e un superamento importante ad una concezione che stabilisce una gerarchia di nobiltà tra vita contemplativa, vita attiva e santità laicale. Basandosi sulla storia e sulla teologia della vita consacrata, su codificazioni giuridiche e sulle caratteristiche dell'evangelizzazione, le convinzioni maturate in questi decenni sono da tener presenti anche per interpretare alcune affermazioni che Don Alberione attinge dalla mentalità del suo tempo.

La teologia delle relazioni tra la spiritualità e la vita apostolica prima e dopo il Vaticano II muta di fisionomia: la vita spirituale non può ridursi alla sola contemplazione e alla sola preghiera; non è giustificato presentare la vita apostolica come un autentico pericolo; la dicotomia tra la vita contemplativa e l'azione apostolica non ha ragion d'essere. La descrizione conciliare e post-conciliare elimina qualsiasi privilegio di vie di santificazione, ponendo l'accento non sullo stato di vita, ma sulla qualità della risposta che il credente dà al dono dello Spirito che ha ricevuto; motiva l'unità tra contemplazione e azione, delineando una contemplazione attiva e un'attività contemplativa; indicando che la santificazione non si esaurisce nelle osservanze di pratiche religiose, ma si estende al corretto adempimento dei doveri di stato perché l'esercizio adeguato di una professione rientra nella dimensione spirituale del credente.

In tal modo il carisma paolino è sollecitato a superare per sempre una presentazione teologica incompleta, che crea una gerarchia di valore tra gli obiettivi di santità e di apostolato da conseguire; che è tentata dalla visione disarmonica tra contemplazione e azione; che vede nella professionalità in comunicazione un elemento secondario per la missione che ci caratterizza. Don Alberione aveva già offerto la sua sintesi in *Donec formetur* (1932) che sfocia, nelle ultime pagine, nell'apostolato; argomento che egli tratta poi ampiamente in *Apostolato stampa* (1933).

Spiritualità, studio, apostolato sono per don Alberione pienamente connessi e tutti orientati ad "attualizzare la salvezza"

6.4.3. La spiritualità che Don Alberione elabora per sostenere una "nuova evangelizzazione" si caratterizza per la sua preoccupazione di "applicare oggi la salvezza" che Cristo ha compiuto una volta per sempre: "salvare gli uomini di oggi". Per essere all'altezza di questa missione, per raggiungere il pubblico lontano dalla Chiesa, il carisma paolino adotta la stampa e i mass media. Lo studio dei cambiamenti storici che offre la sociologia fa parte del suo progetto evangelizzatore.

Il Concilio Vaticano II e il post-Concilio si sono fissati l'obiettivo di presentare un Vangelo che tenga conto dei contesti storici umani contemporanei, chiamando la comunità ecclesiale a leggere i "segni dei tempi", a sottomettere l'intera espressione della fede ad un "aggiornamento", a valorizzare nella loro autonomia le "realità terrestri", a "dialogare" con le altre confessioni cristiane e religioni, con gli agnostici e con gli atei.

Se l'evangelizzazione della Chiesa intera, prima di annunciare i contenuti della fede, si preoccupa della situazione dei "destinatari", anche la spiritualità per la missione paolina deve caratterizzarsi per la sua dimensione "missionaria nella comunicazione".

L'esempio e gli insegnamenti della costante e abbondante preghiera del beato Alberione devono essere per noi un richiamo continuo a una spiritualità e a una preghiera "paoline". Non è sufficiente una "retta intenzione" per unificare spiritualità e missione paoline; occorre invece che i destinatari siano "coinvolti" nel modo stesso in cui viviamo e pratichiamo la spiritualità e la preghiera. La preoccupazione della missione non è solo una "intenzione" nella preghiera dei fedeli, ma un "ambiente" di vita dei destinatari che deve incidere anche sul nostro modo di credere e predicare.

La revisione del "Libro delle preghiere".

Per questa ragione, l'opera di **revisione** del *Libro delle preghiere* si sta realizzando in due tappe strettamente collegate. In un primo momento è necessario stabilire, con ricerche di carattere storico e stilistico, la paternità autentica delle nostre preghiere. **Successivamente, esaminando a fondo l'Introduzione generale e le diverse Introduzioni alle pratiche, si potranno ricavare gli elementi necessari per attualizzare la preghiera missionaria del Fondatore, tenendo conto dei cambiamenti storici.**

Spiritualità e laici.

6.4.4. Il **coinvolgimento dei laici** nella nostra spiritualità e missione, prevede modalità differenti collegate al tipo di collaborazione richiesta che, semplificando, si può identificare in due estremi: coloro che "lavorano" per il nostro apostolato e quanti "vivono" la nostra spiritualità e il nostro apostolato nella loro "laicità". **La condivisione di spiritualità e missione avviene, anzitutto, con tutte le altre Istituzioni che formano la Famiglia Paolina, soprattutto con i Cooperatori e gli Istituti paolini di vita secolare consacrata.** Inoltre, con modalità adeguate di presentazione dei nostri beati e venerabili, il nostro carisma si estende a tutta la comunità ecclesiale.

Il Vaticano II e il post-Concilio ci hanno offerto una "teologia del laicato" che merita di essere integrata nel carisma paolino, sia nella spiritualità che nell'apostolato. Il "quasi-sacerdozio", con cui Don Alberione valorizza l'apostolato della donna, della suora e dei laici in genere, è da riesprimere con il "sacerdozio comune", la "santità sociale" e la "laicità" come sono descritti a partire dal Concilio. La proposta della spiritualità paolina al di fuori della Famiglia Paolina deve tener conto che per il Fondatore non esiste separazione tra spiritualità e apostolato; sarebbe molto incompleto voler condividere la spiritualità senza la missione.

Anche il magistero sulla vita religiosa, prendendo atto del coinvolgimento dei laici negli Istituti di vita religiosa afferma: «La crescente collaborazione con i laici nelle opere e attività condotte da persone consacrate pone sia alla comunità che all'autorità nuove domande che esigono nuove risposte. ...È stato opportunamente ricordato che, per raggiungere l'obiettivo di una mutua collaborazione tra religiosi e laici, "è necessario avere comunità religiose con una chiara identità carismatica, assimilata e vissuta, in grado cioè di trasmetterla agli altri con disponibilità alla condivisione: comunità religiose con un'intensa spiritualità e dall'entusiasta missionarietà per comunicare il medesimo spirito e il medesimo slancio evangelizzatore; comunità religiose che sappiano animare e incoraggiare i laici a condividere il carisma del proprio Istituto, secondo la loro indole secolare e secondo il loro diverso stile di vita, invitandoli a scoprire nuove forme di attualizzare lo stesso carisma e missione"» (Il servizio dell'autorità e l'obbedienza, 11.05.2008, n. 25f).

7. Il carisma paolino sospinto verso il futuro dal vento dello Spirito

Queremos subrayar tres acciones que nos parecen centrales en este apartado:

- Podemos individualar los **elementos del plan de nueva evangelización** que el P. Alberione, iluminado por el Espíritu Santo y con el beneplácito de la Iglesia, ha creído oportuno tener siempre presentes. Los **elementos** de este proyecto los podemos encontrar ampliamente desarrollados, sobre todo en dos de sus obras fundamentales: *Abundantes divitiae gratiae suae* y en *Ut Perfectus sit homo Dei*. (No. 7.1)
- Siendo el carisma paolino un don del Espíritu Santo, nos pondremos al servicio de la **“juventud del carisma”** en la medida en la que colaboramos con Cristo (7.2).
- Como el carisma paolino está vinculado intrínsecamente con la comunicación de cada época histórica, podemos decir que los rápidos cambios de la comunicación sí repercuten sobre el carisma con la necesidad de su adecuación sistemática (7.4).

7.1. Si possono individuare con esattezza gli elementi che Don Alberione ha utilizzato per elaborare, sotto la luce dello Spirito e con il beneplacito della Chiesa, il suo intero piano di nuova evangelizzazione in *“Abundantes divitiarum gratiarum suarum”* e nei suoi interventi agli Esercizi del mese di aprile 1960, raccolti in *“Ut perfectus sit homo Dei”*.

Gli **elementi del suo progetto** sono: ① la situazione delle masse che hanno abbandonato la Chiesa, ② la stampa quale mezzo più adeguato per poterle raggiungere, ③ la presentazione esplicita del Cristo integrale alla totalità della persona e ④ il “parlare di tutto cristianamente”, ⑤ un’organizzazione adeguata ⑥ fondata su un modello di comunicazione ⑦ capace di trasmettere la fede in modo pedagogico, ⑧ una mentalità e un metodo caratterizzati da uno spirito pastorale, ⑨ una comunità di religiosi che vivono e insieme realizzano l’evangelizzazione con la stampa, ⑩ propongono la vita paolina ai giovani ⑪ che poi formano in modo adeguato alla missione e ⑫ una spiritualità che crei unità tra l’esigenza della santificazione e l’impegno missionario nella comunicazione.

Quello che viene proposto è un vero impegno per il futuro della nostra Congregazione.

Continuando l’opera del **Capitolo generale speciale 1969-1971**, che ha integrato il carisma paolino nei documenti del Vaticano II, all’inizio del terzo millennio e nella prospettiva del **centenario** della fondazione, **la Congregazione sente la necessità di procedere** – attingendo al Vaticano II arricchito dal Magistero e dalla ricerca del post-Concilio – a un’attualizzazione di tutti gli elementi che compongono il carisma per elaborare un progetto di nuova evangelizzazione per la comunicazione di oggi.

7.2. L’obiettivo di attualizzare il carisma deve essere raggiunto con la sapienza della tradizione religiosa: **“Dio stesso lavora per chi lavora per Lui**. Disposti dunque a fare come se tutto dipendesse da noi; e pregare e sperare come se tutto dipendesse da Lui” (*San Paolo*, gennaio 1950; cf. *Carissimi in San Paolo*, p. 295). La stessa attitudine è raccomandata da Giovanni Paolo II ai religiosi: **“Sarà bene riscoprire quanto hanno sempre insegnato i grandi protagonisti dell’azione apostolica: occorre confidare in Dio come se tutto dipendesse da Lui e, al tempo stesso, impegnarsi generosamente come se tutto dipendesse da noi”** (*Vita consecrata*, 73).

Noi ci poniamo al servizio della **“gioventù del carisma”** nella misura in cui **collaboriamo con lo Spirito di Cristo**, come ci raccomanda il nostro Padre San Paolo: **“Non conformatevi a questo mondo, ma rinnovatevi in continuazione mediante un rinnovamento attivo della vostra mente per poter discernere quello che Dio vi chiede”** (Rm 12,2).

Il contributo di ogni Paolino deve convergere in un pensare collettivo, a livelli sempre più ampi, capace di sfuggire al pericolo della superficialità e della imprudenza: **“Non spegnete lo Spirito!”** (1Ts 5,19); **“Se qualcuno non ha lo Spirito di Cristo, non è di lui”** (Rm 8,9).

Le migliori precauzioni da assumere per poterci affidare all'azione dello Spirito sono: la ricerca della volontà di Dio sul futuro del carisma paolino, una fedeltà assoluta all'insegnamento e al metodo del Fondatore, una creatività che sa integrare i cambiamenti della Chiesa, della società e della comunicazione

7.3. Solo la Provvidenza divina conosce il futuro del nostro carisma e della nostra Congregazione; con la sicurezza di saperci nelle mani di Dio, umanamente parlando e in base agli elementi che abbiamo per osservare il passato, il presente e le ipotesi del futuro, possiamo prevedere alcuni sviluppi possibili.

Immerso in tutti i cambiamenti, soprattutto per essere in sincronia costante con l'evolversi della comunicazione, **il carisma paolino si prospetta sempre più come unità di diversità, convivenza di differenze, complementarità di specificità in tutti i suoi elementi:** destinatari da evangelizzare, forme di comunicazione da valorizzare, contenuti di fede esplicita e interpretazione cristiana delle realtà terrestri, modelli comunicativi, mentalità e metodi pastorali, differenza di generazioni di Paolini, **fisionomia sempre più mutevole dei giovani ai quali proporre la vita paolina, personalizzazione della formazione, spiritualità per la missione nella comunicazione.**

Si chiede uno studio attento e sensibile sui "mutamenti" carismatici.

Se cambia la comunicazione, si modifica la realizzazione storica del carisma paolino in tutti i suoi elementi. In vista di un'attualizzazione per evangelizzare la comunicazione di oggi, si richiede di individuare gli aspetti *immutabili* e *mutabili* non solamente del carisma in genere, ma in ognuno degli aspetti che lo caratterizza.

Approfondiamo questa convinzione centrale per la storia del carisma paolino, richiamando l'immagine cara a Don Alberione: **"La Congregazione è come un carro che cammina su quattro ruote: lo spirito, lo studio, l'apostolato e la povertà. Questo è il carro su cui viene portato il vangelo alle anime e su cui dobbiamo stare per porgere questo Vangelo alle anime"** (*Alle Figlie di San Paolo* 1954, p. 144).

Come si vede, il Fondatore usa l'immagine di un carro che ha quattro ruote, ma ognuna di esse deve essere in armonia con le altre perché è un *carro in movimento*, non un *pezzo da museo* votato all'immobilità; le ruote permettono a chi sta sul carro di dare una direzione al movimento: porgere il Vangelo alle anime. Si tratta di un carro mobile perché è missionario. **La missione è la barra del carro paolino.**

Questa interpretazione è confermata dallo stesso Fondatore: "Sono le quattro ruote del carro che devono procedere assieme, senza scosse, senza troppi rischi del peso che trasportano. ...Dimenticando una ruota, o non si procede, o va verso il precipizio tutto il carro" (*Ut perfectus sit homo Dei*, II, 117-118). "È relativamente facile occuparsi e far progredire una o due parti; ma è il complesso da curarsi, come assieme devono muoversi le quattro ruote del carro" (*San Paolo*, maggio 1957; cf. *Carissimi in San Paolo*, p. 169).

7.4. Il "protendersi in avanti" di San Paolo (cf. Fil 3,13) è assunto dal beato Alberione come programma costante per "far progredire un tantino ogni giorno" la vita del carisma paolino: "Protenderci in avanti ogni giorno, mai fermarsi, né nel cammino della santità, né nel lavoro di apostolato. Avanti! Protendersi sempre avanti!" (*Vademecum*, n. 354).

L'attualizzazione del carisma si innesta sul dinamismo di San Paolo e del beato Alberione, protesi a "farsi tutto a tutti" (cf. 1Cor 9,22). Se la *contemplazione* ha risvegliato nel Fondatore il desiderio di Cristo: "Venite tutti a me" (Mt 11,28), è stata l'osservazione attenta della *fuga in massa* dalla Chiesa, alla quale *la stampa* ha dato un contributo importante, a motivare la nascita del carisma paolino.

Considerata nella sua totalità, l'origine del carisma paolino è frutto di una fede intesa come "cristificazione" che porta alla "compassione" per la folla, bisognosa di una notizia di salvezza (cf. Mt 14,14). Se la *motivazione soprannaturale* suscita la volontà missionaria, è la *situazione dei destinatari* da evangelizzare, che richiede la mentalità, il metodo e il progetto pastorale necessario.

Dallo studio sui “mutamenti” carismatici, nascono un apostolato e una spiritualità coerenti.

Essendo il carisma paolino intrinsecamente connesso con la comunicazione propria a ogni momento storico, potremmo dire che i rapidi cambiamenti della comunicazione si ripercuotono sul carisma con la necessità di un suo adeguamento sistematico. La comunicazione è l'invocazione, proveniente dalla missione che, unita alla richiesta della contemplazione, esigono un atteggiamento di conversione permanente: “Abbiate il dolore dei peccati” (cf. *Abundantes divitiæ gratiæ suæ*, 158). Anche gli sviluppi della comunicazione sono un appello alla conversione.

7.5. La comunicazione attuale – mediale, multimediale e in rete – sta evolvendo per diventare sempre più un **fenomeno complesso, molteplice e convergente**. L'attualizzazione del carisma paolino deve cominciare dalla consapevolezza di essere inviati dalla Chiesa ad evangelizzare in questo fenomeno comunicativo. Di conseguenza bisogna, anzitutto, conoscere bene la comunicazione attuale per poter elaborare un progetto completo di “nuova evangelizzazione” che mobiliti, verso l'unico obiettivo, tutti gli elementi del carisma paolino.

Per evangelizzare in una comunicazione, che è allo stesso tempo **una varietà complementare di tecnologie, una cultura e tanti progetti comunicativi individuali e sociali**, occorre che l'insieme degli elementi necessari siano vissuti e pensati *in armonia*: l'universalità dei destinatari; la molteplicità delle iniziative di una comunicazione trasversale e multimediale; l'integralità dei contenuti religiosi e umani adattati al pubblico scelto; una mentalità e un metodo pastorali flessibili e sensibili ai mutamenti; la convivenza comunitaria di generazioni diverse di Paolini vissuta nella tolleranza e nel dialogo, nella interculturalità e nella collaborazione; la comprensione dei voti religiosi in riferimento alla missione; la pastorale vocazionale paolina in grado di offrire con chiarezza il nostro stile di vita; la formazione integrale personalizzata dei candidati; la spiritualità vissuta per diventare testimonianza, permettendo a quanti usano la comunicazione di incontrarsi con Dio.

“La nuova evangelizzazione esige dai consacrati e consacrate piena consapevolezza del senso teologico delle sfide del nostro tempo. Queste sfide vanno esaminate con attento e corale discernimento, in vista del rinnovamento della missione” (*Vita consacrata*, n. 81).

Spesso il beato Alberione descrive la Congregazione come un “**corpo mistico**” dove tutti i membri collaborano alla vita e nessuno è inutile. Applicando questa stessa immagine al processo di attualizzazione che la Congregazione si propone, non è prudente occuparsi di **ogni aspetto del carisma** in modo separato, ma è necessario considerarli *insieme* in funzione dell'**orizzonte completo della missione**. In altri termini: non è conveniente attualizzare separatamente ogni singola “ruota”, ma bisogna prendersi cura della mobilità funzionale del “carro”. Non solo la vita comunitaria, ma anche il “carro paolino” è “un organismo non un meccanismo” (*Ut perfectus sit homo Dei*, I, 284).

Il “corpo” della Congregazione ha bisogno più del “**vento dello Spirito**” (cf. Gv 20,22; At 2,2) che lo spinga al largo per immergersi nelle profondità della comunicazione che della **pigrizia sterile** barricata al chiuso del rimpianto nostalgico dei bei tempi passati, della rassegnazione pessimista sul presente e dell'incapacità del rischio per il futuro.

4 aprile 2009, Anno Paolino

Don Silvio Sassi
Superiore generale