

La "difusión" del mensaje en la misión paulina, según el padre Santiago Alberione

I. Qué lo impulsó a dar el pas'ó a la "difusión"

Las intuiciones de un carismático. - El padre Santiago es de sobra conocido por Ustedes para que les esté narrando su vida. Por eso me limitaré al tema que se me ha encomendado. No haré una exposición académica sobre las técnicas publicísticas y publicitarias, pues las estudiarán en los próximos días con expertos del ramo. Sí, en cambio, en forma coloquial, les voy a presentar su praxis y su pensamiento acerca de la "propaganda" o difusión, como uno de los pasos propios, junto con la "redacción" y la "técnica" de la comunicación del mensaje. Y comienzo con una aclaración terminológica. El padre Alberione no es un científico de la comunicación; diría que tampoco un experto, como se lo entiende hoy. Sin embargo, junto con el carisma de poner los MCS al servicio del Evangelio, recibió cierta capacidad intuitiva que lo hizo ducho, un maestro, en este campo. Toda su obra apostólica es un testimonio de ello.

¿Por qué propaganda? - Naturalmente, él fue hijo de su tiempo, como lo demuestra la misma terminología que utiliza. Acerca del fenómeno de la comunicación, él habla de la *redacción*, como primer paso y como la razón misma del ser paulino en la Iglesia. Hoy hablamos más bien de elaboración y formulación del mensaje. Él dio gran importancia a la *técnica* como segunda etapa del proceso comunicacional y por eso se preocupó mucho de tener las maquinarias más actualizadas. Hoy los medios no son los de antes, han cambiado mucho. Queda, sin embargo, el hecho de la *medialidad*, que con sus avances siempre más sofisticados, amplía el mensaje a dimensiones planetarias y cósmicas inimaginables. Como tercera etapa, Alberione habla de la "propaganda", Nos preguntamos: ¿por qué "propaganda"? Es un término eclesiástico que deriva del tiempo del papa Clemente VIII (1599), que fundó la Congregación de Propaganda Fide que tuvo muy corta duración. Con Gregorio XV (+1623), nace definitivamente la *Congregación de Propaganda Fide*, es decir un organismo vaticano por la propagación de la fe en el mundo. En 1967 asume el nombre actual de "*Congregación para la evangelización de los pueblos*".

"Propaganda" es un término bajo sospecha por el uso y abuso que de él hicieron los regímenes totalitarios de comienzos del siglo XX: el fascismo, el comunismo y el nacionalsocialismo. Pero, más allá de esa contingencia, el padre Alberione, vio con mucho acierto la función esencial de la "propaganda" o difusión para hacer llegar el mensaje de salvación a los usuarios de los medios: lectores, radio oyentes, televidentes, etc.

De la intuición a la praxis. - Comienzo con un episodio de la posguerra. Los PP. Jesuitas tenían en Roma una imprenta con un centenar de obreros y con un hermano al frente. Su producción era muy alta y de buena calidad. Un día el director de la revista *Civiltà Cattolica*, invita al padre Alberione y, luego de mostrarle el depósito atiborrado de libros, le pide que le ayude a difundirlos. El padre Alberione, con una punta de benévola ironía, observa: "Querido padre, es fácil imprimir libros; lo difícil es difundirlos". Es el retrato del Alberione que, en la década de los años veinte, ve crecer el número de sus alumnos y los libros producidos en casa, comienzan a llenar el depósito, llegando a constituir una carga incómoda e inoperante. Allí se revela el carismático y nace tímidamente primero la "propaganda" domiciliar, y luego, con creciente creatividad, se van multiplicando nuevas formas de hacer llegar a la gente el mensaje evangélico.

Los primero, entonces, fue la propaganda a domicilio. Sacerdotes, hermanos y estudiantes, se llenaban los bolsones de impresos, y, casa por casa, iban a ofrecerlos a la gente. Pronto se agregaron las mujeres "propagandistas" - las Hijas de san Pablo - y comenzaron las primeras dificultades. Se criticaba esta forma inédita entre los católicos de hacer apostolado, y, en una Italia tradicionalista, a *los frailes* y a las *monjas* se los quería en sus conventos. A las "monjitas", que iban de puerta en puerta, se las encontraba demasiado jovencitas y lindas, lo que acrecentaba los riesgos con consecuencias imprevisibles... El padre Alberione era consciente de todo esto, pero también lo era de la misión recibida. Así lo consigna: "Fíjense ustedes que no me asusté mucho de lo que se decía en 1925 y hasta 1930-35-40... No me impresionó aquello, pues yo contaba con la gracia (de Dios)...". Siempre en 1925, refiriéndose a la esta

actividad, escribirá: "Felices los pies que llevan la buena prensa, felices las manos que la ofrecen, felices las lenguas que la aconsejan". Son palabras que llevan la marca del hombre carismático y la propaganda no se detendrá más. Quedan atrás las críticas, las reticencias, pues, gracias a estos "carteros de Dios" - paulinos y paulinas- en Italia primero y luego en 50 naciones de los cinco continentes, mucha gente, muchas familias de credos y religiones diferentes, conocen y reciben la Palabra de Dios en sus mismos domicilios. El padre Alberione acotaba: ¡Si la gente ya no va a la Iglesia, nosotros vamos a la gente! Para eso están los medios de comunicación.

Sucesivamente se habla de propaganda capilar, colectiva, hecha desde casa, hecha desde los medios... pero el objetivo es siempre el mismo: alcanzar al hombre de hoy con los medios de hoy, en los lugares donde esté: casa, trabajo, lugares de diversión, hospitales, cárceles... en fin, en todas partes, pues todos están llamados a salvación. El hecho de tener a san Pablo, como modelo e inspirador, hace nacer las motivaciones bíblicas, teológicas y misioneras como soporte y alimento de esta actividad apostólica. Y se da una verdadera epopeya, marcada por la entrega generosa de vidas de paulinos paulinas y sucesivamente de seglares, acompañada de sacrificios inenarrables, de lágrimas, de sudores, de mucho amor, y de mucha, mucha oración... Realmente, el amor de Cristo los urgía, como a Pablo.

II. Espigando en su "ideario"

Voy a reproducir aquí algunos textos del Fundador sobre nuestro tema que, a través de su sencillez, revelan cómo él pensaba la función de la difusión - junto a la redacción y a la técnica - para que el mensaje llegase a más gente y más rápidamente. Él la ve como una misión - como parte esencial de la misión paulina -, que exige gente preparada, exige estudio, organización, conocimiento, y abierta a la colaboración de los laicos, y a las nuevas modalidades para responder a los nuevos desafíos..

Qué es la difusión. - La propaganda es la parte principal e indispensable (del Apostolado de las Ediciones. Los libros que se editan son demasiados; constituyen verdaderos ríos. Pero lo importante es que lleguen a los lectores. La fiesta de Pascua es la fiesta de la redención, pero la fiesta de Pentecostés es la aplicación de la redención. La redención se realizó sobre el calvario, pero debe llegar a los hombres, de otra manera ¿para qué serviría? Con Pentecostés, recibido el Espíritu Santo, los apóstoles han comenzado a predicar, a divulgar cuanto habían escuchado de Jesús, lo que Jesús había confirmado con sus milagros, especialmente con la resurrección. El Señor ha dado a los sacerdotes la facultad de absolver de los pecados, pero si no absuelven, las personas permanecen con sus pecados. Del mismo modo, si no llevamos la doctrina, las personas permanecen en su ignorancia, ¿y cómo se salvarán? Por tanto, *la parte substancial de su misión es verdaderamente la propaganda.* (SC, p. 160) ***La propaganda es una misión.*** - La visita de María a Santa Isabel es la primera propaganda que entrega a Jesús. María lo llevó en el seno para salud, salvación y santificación de aquella familia. Propaganda hecha recorriendo muchos kilómetros. Visita a una familia que debe servir de modelo para la propaganda en las familias. (PRPM, m/d 1954, p. 140-141)

Si el misionero no va en busca de las personas para llevarlas a Cristo, generalmente ellas no vienen. Asimismo, si el apóstol no lleva directamente el buen libro, el buen periódico, muchísimas personas no lo tendrían. Aún más, el apóstol en contacto directo con las personas puede adaptar el libro a las necesidades particulares: ofrecer libros aconsejando, guiando y, si fuese necesario, hasta ejerciendo una suave presión. (AE, 1950, p. 296-297)

Es esencial al proceso comunicacional. — El apostolado de la prensa sin la difusión se lo puede comparar con una lámpara escondida, o con una familia sin hijos. Los buenos libros acumulados en el depósito no iluminan a nadie. Y como los hijos son la prueba de la vitalidad de los padres y garantía de un gran porvenir, así una propaganda de amplio respiro es un signo de un corazón verdaderamente apostólico AE, 1944, p. 267. Por lo tanto su misión es la difusión del Evangelio a través de la prensa: difundir la sabiduría celestial de Jesús. Ustedes lo entienden: sería inútil escribir, publicar comentarios, imprimir, si luego los libros no se leyeran. *Los libros, amontonados en el depósito son como maestros encerrados en un cajón, semejantes a las momias de Egipto. La difusión es el apostolado a través del cual se llega directamente a los lectores.* (MI Alba, 29 de agosto de 1929)

Ser creativos en la difusión. - El amor, el verdadero amor, es creativo. Cuando se posee el fuego en el corazón (no algo sentimental y liviano) se inventan iniciativas y recursos de todo tipo.. El verdadero amor se demuestra con la fatiga de cada día en el apostolado: amor que lleva a pensar, a organizar, a

darse prisa. No es sólo poner en juego las energías físicas hasta agotarlas, sino emplear principalmente la inteligencia en el apostolado. No es concebible que se recorra una zona sin un plan previo. No es posible que haya hermanas que vayan en propaganda un mes entero, sin que dispongan de tiempo para recuperar energías físicas, morales y espirituales. Terminarán creyéndose simples vendedoras de libros y pueden terminar perdiendo de vista hasta los aspectos sobrenaturales... El Instituto tiene necesidad de mejorar mucho en este campo... Recordemos que Jesús vino a la tierra para salvar a todos los hombres. Durante su vida terrena, sin embargo, limitó su campo a la Palestina solamente. Aprendamos de Él a atender bien nuestro sector de apostolado, sin pensar en cosas lejanas e inalcanzables.

La difusión debe ser inteligente. - La propaganda racionalizada conlleva el estudio de cuanto se deberá enseñar (contenido) para la salvación y elevación de los hombres en general; y también el análisis particular de las condiciones y necesidades de las poblaciones a las que se es enviado. Exige que uno esté preparado en la redacción de lo que es útil, necesario y adecuado a tal población. Antes de iniciar la propaganda, hay que adquirir un conocimiento preciso de la nación, región, diócesis, parroquia, asociación y personas a las que se ha sido enviado. Seleccionar, llevar, ofrecer en modo adecuado lo mejor que se tiene. Utilizar los medios más rápidos y eficaces para que la Palabra de Dios llegue a todos, en una medida más abundante. (UPS, vol. IV, p. 139-140)

Requiere mayor preparación. - Para ser apto para la redacción se cursan estudios largos y fatigosos; lo mismo para la preparación técnica. Sin embargo, para la propaganda se requiere una preparación mayor. A la propaganda hay que destinarle a las hermanas que gozan de buena salud, pero más necesaria es la buena preparación. Es necesario que conozcan los libros, las iniciativas, el modo de difundirlos. Eviten el peligro de rebajar la propaganda casi insensiblemente en algo parecido a pedir limosna. La propaganda es difícil sobre todo porque es fatigosa; y quienes trabajan en ella se ganan muchos, muchos méritos. Es difícil también porque exige un continuo olvido de sí mismas. Con la propaganda se practica realmente y a cada momento la negación de sí mismo. La propaganda inteligente producirá muchos frutos.

Lo más urgente para cumplir bien con este apostolado, es al conocimiento de los libros. En segundo lugar, hay que conocer las necesidades de las personas. En tercer lugar, hay que plantearse cómo responder a todo ello, y esto exige ciencia, preparación y constante estudio por parte de las propagandistas... Claro está que no se exige un estudio como lo que se requiere para la redacción y la técnica, sin embargo se trata de un verdadero estudio, una verdadera enseñanza. La forma tendrán que estudiarla ustedes mismas. (HM vol. VIII 175-176).

Es de pocas satisfacciones. - Sí, también y sobre todo se da, en la propaganda, la insatisfacción. El que escribe, el que imprime, el que atiende a los enfermos experimenta, casi siempre, la satisfacción de constatar el resultado de las propias fatigas. Pero, ¿quién revela al propagandista el fruto de sus esfuerzos?... Generalmente el propagandista siembra con sudor y deja a los demás la satisfacción de la cosecha. El confía sólo en Dios quien todo lo ve, que recoge las lágrimas vertidas en las horas tempestuosas de sus viajes apostólicos. (AE, 1950, P. 299)

Al final, la recompensa. - El premio se nos dará allá arriba. Ustedes no verán durante la vida el bien que producen a diario y¹ semana tras semana. No sabrán a quien han llevado un poco de luz ... Nosotros no tenemos esta satisfacción, la conoceremos en el día del juicio, cuando se verá la ayuda que nuestras representaciones han llevado a las personas; cuando se conocerá su reacción ante nuestras transmisiones positivas. Por consiguiente, a nosotros nos toca el sacrificio cotidiano. Y ¿para qué? En espíritu de reparación por nuestros pecados, como prueba de amor hacia Dios y para adquirir méritos para la vida eterna. (SCS, p. 43-44). La "reparación", muy frecuente en el pensamiento del padre Alberione, puede traducirse hoy con la expresión anticuerpos: sería, entonces, la actividad que crea anticuerpos para sanar el tejido social, vulnerado por los pecados -(n.d.a...)

Multiplicar a los colaboradores. - Necesitamos personas que trabajen a nuestro lado y quieran seguir a las paulinas y a los paulinos en el apostolado y que quieran tomar parte activa en el mismo. Hay muchas personas así en el mundo. Debemos, pues, ser inteligentes, haciendo participar a estas personas en el mérito de nuestro apostolado y trabajando con ellas para difundir el bien.

Mientras permanezcamos solos en el campo de trabajo, haremos sólo aquello que nos es posible. Pero Jesús, además de los doce apóstoles, escogió a setenta y dos discípulos para que fueran a todas las ciudades a prepararle el camino para cuando Él llegara a predicar la buena nueva.

San Pablo, al final de la carta a los Romanos, escrita desde Corinto, saluda a 24 cuatro personas que estaban en Roma, y a que había conocido en Oriente. Casi todas ellas habían ayudado al Apóstol en la instrucción de los neófitos. San Pablo era muy cuidadoso en escoger a sus cooperadores. A esto debemos mirar también nosotros y éste debe ser nuestro propósito: buscar personas que cooperen con nosotros y que estén empapadas del espíritu paulino.

Ventajas del apostolado compartido. - El apostolado de los laicos tiene además esta ventaja: los laicos, ya se trate de hombres o mujeres, viviendo ya en el mundo, pueden entrar aun en ambientes en los cuales el religioso y la religiosa no pueden. Hay diputados, ministros, directores de fábrica, personas de una posición muy elevada que ejercen un influjo sobre muchos obreros. Hay profesores de universitarios, profesores de filosofía, maestros y maestras de primarias, dirigentes de acción católica. ¡Cuántos cooperadores para la prensa, tanto para la redacción, como para la difusión! ¡Cuántos cooperadores comprometidos a favor de una televisión cada vez más cristiana y de películas más católicas! ... La mujer, cuando prepara la masa para el pan, introduce en la harina la levadura que, una vez disuelta, fermentará toda la 'masa. Así, en las parroquias en donde hay hombres y mujeres ejemplares, éstos serán como la levadura en la masa social, levadura que fermentará en sentido cristiano a toda la sociedad. Hoy el sacerdote que trabaja solo, no puede ya hacer frente a los enemigos de la Iglesia que están en todas' partes; ni el religioso ni la religiosa solos. Ateísmo, materialismo, comunismo, protestantismo, son fuerzas del mal que se unen, se asocian contra Cristo y contra la Iglesia. Nuestro deber, por tanto, es buscar personas que se unan a nosotros en el apostolado para que el bien se multiplique (Raggio, 1958, n. 3, p. 74-75).

III. Una mística nacida de la vida

"Cosas bellas, cosas verdaderas". - La gran "epopeya misionera" - así fue definida la actividad propagandística paulina-, se realizó entre 1929-1960. La segunda guerra mundial produjo una merma, pero no logró extinguir dicha actividad. Aun en los rincones más apartados de la península itálica - y luego en muchos lugares de los cinco continentes - la Palabra de Dios llegó gracias a la obra abnegada de paulinos y paulinas. Aquí más que las palabras valen los hechos. Me refiero principalmente a las Hijas de san Pablo, las grandes protagonistas de esa novedosa aventura. En un volumen, que lleva por título "*Cose belle cose veré*" (Cosas bellas, cosas verdaderas), se han recogido algunos de los hechos más significativos de esos años.. En once capítulos, se relatan episodios de todo tipo: la gente encontrada, los momentos alegres y tristes, los sacrificios de hambre, de sueño, los no .pocos peligros, la presencia tangible del Señor y "cosas" que saben a milagrosas... Y con los desengaños, los rechazos las insatisfacciones, las cruces de todo tipo, también la satisfacción de las obras buenas, de las conversiones y de las vocaciones suscitadas a sus pasos por aldeas y barrios y tantas otras cosas. De cada página salta a la vista la veracidad del salmo: "*¿05 que siembran con lágrimas, cosechan entre cantares*".

Dios llega en un... libro. - A las propagandistas les pasaban las cosas más inverosímiles: se encontraban con personas hostiles a la religión católica; - era el tiempo de un fuerte anticlericalismo, fomentado por la masonería, por los regímenes totalitarios y mucho por la ignorancia religiosa - gente que "cambia", literalmente se convierte, gracias al *buen libro*, a la *buena revista* y, ciertamente, impactada por el testimonio de fe, de abnegación y de caridad de esas hermanitas jóvenes, simpáticas, y "algo invadentes" (!), que, sin reparar en el cansancio del día, irradiaban paz, serenidad. Hago notar que la propaganda se hacía de dos en dos, a semejanza de los discípulos enviados por Jesús. Espigamos algo de esas páginas.

En una ocasión, las hermanas se habían extraviado cerca de un río. Allí se les acercan dos cazadores bien armados y con no muy buenas intenciones. A sus preguntas provocativas, una de las hermanas, contesta candorosamente: "En vez de hacernos algo malo, ayúdennos a llevar los paquetes de los libros". Y eso hicieron. Durante la cena, se lo cuentan al párroco, y se percatan que los dos "cazadores" eran, en realidad, dos bandidos de la zona... A pesar de todo, concluyen: "También los bandidos tienen corazón". En otra ocasión, llegan a una aldea asolada por la sequía. A un señor que les abre la puerta y le expresa su pesadumbre por la mala cosecha que se perfila, le ofrecen la Biblia... añadiendo, con una dosis de imprudencia: Léala y verá que va llover. Salen de allí, asustadas por su atrevimiento, y suplican a Dios que las escuche. Por la noche se desata un fuerte aguacero y la campiña está a salvo. Hay casos incontables de gente que, gracias al libro adquirido, y a los buenos consejos que lo acompañan, cambia su vida y descubre su vocación. Por ejemplo, un carabinero las recibe de mala manera, pero ellas

impasibles, le dejan un libro, -Al año siguiente, la madre del mismo les comunica que el hijo, no sólo había cambiado de conducta, sino que había ingresado a la vida religiosa. Y así muchos otros, muchachos y muchachas.

Particular interés cobra el capítulo titulado: "*Una lectura puede revolucionar la vida*". En poco más de treinta páginas, se relatan muchos episodios de auténticas conversiones, no sólo a la fe católica, sino a una vida más entregada al servicio de Dios. Gente que, al comienzo reniega, rechaza, insulta a las monjitas, y luego vencida por la amabilidad, acepta el libro, la revista, el volante, ofrecidos con tanta finura. Muchos entran en diálogo y no ocultan su nueva manera de ver la vida, el mundo, los acontecimientos, después de su enaiento con la Palabras de Dios, a través de las "monjitas de los libros".

El amor de Cristo que las impulsa en su tarea misionera, las hace creativas y nacen así iniciativas que perduran como, por ejemplo, las *Jornadas del Evangelio*, en la *Campaña del Evangelio...* No faltan situaciones embarazosas. A veces, se duda de su condición de religiosas y se las acusa de venir a "engañar a la gente" con sus libros. Otras veces, las confunden con activistas protestantes y habrá sacerdotes y obispos que no las reciben, ni las admiten en su territorio. En más de una ocasión la policía las detiene y las retiene hasta aclarar su identidad. No faltan sorpresas lindas: entre sus visitados hay cristianos de otras confesiones - protestantes, valdenses - que las acogen bien y aprecian su labor bíblica. Y ellas son felices de asemejarse en esto a su padre e inspirador, San Pablo. Como botón de muestra, anoto algunos de los libros que se ofrecían en la propaganda, todos impresos por paulinos: El Santo Evangelio, La Biblia de las familias, La Imitación de Cristo, Las glorias de María, Saber sufrir, El Silabario del cristianismo, Las florecillas de san Francisco muchas vidas de santos y lecturas amenas (¡cómo se decía entonces!).

Pasión por la Palabra de Dios. - La pasión por la Palabra hasta el heroísmo, es el signo característico de paulinos y paulinas de esos años. Hay casos conmovedores. El hermano Pedro Paván, muere en un incidente de carretera, abrazando los libros de su apostolado, salpicados con su sangre. La hermana Amable Lombardi de las Hijas de san Pablo, muerta santamente a los 42 años, ya casi ciega, se hacía acompañar a los lugares donde anteriormente había realizado la propaganda. Reconocía a las personas por el timbre de voz y los libros por el tacto. La Hermana Juana Anedda, en su lecho de muerte a los 20 años, hablaba con íntima satisfacción de los muchos ejemplares del Evangelio difundidos en tantos pueblecitos de Italia... La hermana Fúlgida Sandrini, también Hijas de san Pablo, apenas llegada a la ciudad de Valparaíso (Chile), llena su bolsón de los pocos libros de que disponía y, sin conocer siquiera el idioma, comienza las visitas a domicilio, con una compañera. En su relato, acota: "El único libro respetable era el Nuevo Testamento... En ese momento me sentí apóstol y misionera... En mi interior pedí al Señor que si de verdad éramos misioneras, que en nombre suyo empezáramos y que nos bendijera. La primera casa, la primera puerta, el primer golpe, las primeras palabras y el primer libro presentado fue el Nuevo Testamento y fue el primer libro de la Palabra de Dios dejado en esta primera casa. ¡Dios nos había bendecido! En mis adentro la única palabra que me salía era: Gracias Dios mío". Para dicha hermana era el comienzo de una larguísima jornada que la llevaría a dar la Palabra de Dios a lo largo y ancho de Chile, impactando con su alegría y amabilidad, a la gente que encontraba en su labor evangelizadora.

IV. Tentativa de una relectura: hoy y aquí

Voy a intentar aquí una posible relectura de la difusión paulina; es decir, de esta función esencial del proceso comunicacional, y lo hago a la luz de un texto inspirado e inspirador del Fundador, titulado: "Las Bienaventuranzas de la propagandista", y dirigido primordialmente a las Hijas de san Pablo. Aquí va una versión actualizada a los difusores de hoy.

Felices los pasos de los que evangelizan la paz en nuestro mundo convulsionado.

Felices los servidores de la iglesia, porque poseen el corazón de esta madre.

Felices los caminantes de Dios, que, en el silencio contemplativo, estudian los caminos del mundo, y se preparan para transitarlos y comunicar al mayor número de personas el Evangelio de la salvación.

Felices los mensajeros del Señor, que van en busca de quienes olvidaron el camino de la salvación o que nunca lo aprendieron.

Felices los carteros de Dios, que llevan a todas las familias el Evangelio del amor.

Felices los colaboradores de la misión paulina, que comunican - con el libro, la revista, y demás medios - a Jesucristo, camino, verdad y vida de la humanidad.

Felices los comunicadores paulinos que van sembrando en todas partes testimonios de amor, de transparencia, de humildad, de alegría.

Felices los imitadores de la Virgen María, que presentó y comunicó a Jesús a los pastores, a los magos, a los discípulos, al mundo. . •

Felices los difusores paulinos que poseen el corazón universal de Pablo, padre e inspirador, y que como él, en la alegría y en el sufrimiento, difunden incansablemente la Palabra de Dios, asimilada en la oración y testimoniada en la vida diaria. *Felices porque ellos y ellas heredarán el reino.*

Para nosotros, hoy y aquí - En esta luz nos preguntamos qué podemos hacer para responder a las necesidades de la gente de hoy. Lo resumo en algunas sugerencias, con el ánimo de estimular la reflexión y la creatividad de todos.

-Hemos visto como el padre Alberione ideó y actuó la difusión, pero quede bien claro que *un fundador va proyectado no repetido.*

-Lo importante es el *espíritu*: las modalidades y los medios deben ser los de hoy para llegar a la gente y a las instituciones de hoy; Tratando de llegar antes, oportunamente, y no cuando el terreno ya está ocupado.

-El padre Alberione insistía mucho en la *preparación*, incluso afirmaba que la difusión exige más preparación que la redacción y la parte técnica. En su tiempo, se editaban ríos de libros; hoy podemos hablar de... mares. Nace así la necesidad de un mayor conocimiento, y de aprovechar todas las oportunidades: como cursos, lecturas, reseñas, encuestas para captar lo que el ambiente necesita. En todo esto, se hace indispensable el trabajo en equipo, que hoy es parte de la *profesionalización* exigida por toda empresa, y más cuando se trata de una empresa que se propone "comunicar valores".

-El padre Alberione, al hablar de* la difusión, utilizaba con frecuencia el término "*reparación*", un término que hoy significa poner "anticuerpos" en el tejido social atacado por los virus de los *antivalores* tan abundantes en los medios (¡a veces en demasía!)

-Fundamental en esto, es llegar a sentir la misión san Pablo como propia: más allá de un simple trabajo remunerado - necesario para la vida personal y familiar-; sentirla como lo que es: una misión para la promoción y salvación del hombre, animada por el espíritu de san Pablo.

Sentirse "paulinos": -colaboradores laicos paulinos- que se alimentan a la misma espiritualidad. Esto hace que su actividad sea, no sólo eficiente, sino eficaz; y esto es lo que marca la diferencia entre la simple empresa y la misión. Esa es la fuente de la mística del comunicador de la palabra salvadora. ***El hombre que revive a los muertos.*** - La conclusión me la ofrece la significativa imagen, salida de la pluma del padre Alberione y que retrata, en forma plástica -¡y comprometedor!- la verdadera tarea del difusor y en particular del librero. Hablando de los libros que se quedan en el depósito o en las librerías, los compara a las "*momias de Egipto*": felices en sus ataúdes, pero muertas, por fin, y las cosas muertas no salvan, no dan vida. En efecto, ¿qué son las librerías sino cementerios, más o menos grandes, más o menos lindos, pero siempre cementerios, ciudades de los muertos?. De esta imagen surge la grandeza y la responsabilidad del librero, del difusor, que está en contacto directo, personal con la gente: Cuando él saca el libro de esos *nichos* que son las estanterías, y lo entrega al lector, está llamando a la vida a un muerto y lo está resucitando en esa persona que, gracias al mensaje allí contenido, recobra la esperanza, nuevas fuerzas -y nueva vida. Pues, un libro vale en la medida en que, después de leído, cambia la vida del lector: cambia la manera de relacionarse consigo y con los demás, con la naturaleza, y, ¡por qué no!, con Dios. En fin, si ha logrado resucitar al lector a una vida nueva. Esto conlleva para el comunicador - librero, difusor- una gran responsabilidad y un desafío no fácil de sortear: Es decir, en palabra de Pablo VI, tener que dirigirse potencialmente a todos, con la capacidad de cuestionar a cada uno en particular.

A esa misión estamos llamados los comunicadores paulinos. El padre Alberione nos ha abierto el camino; a nosotros nos toca transitarlo con los medios de hoy para la promoción humana y cristiana de los hombres de hoy.

p. Benito D. Spoletini, ssp

Buenos Aires 11 de octubre 2001