

Forum.com

Papeles de formación continua



¡¡Bienvenido a casa!!

Índice

Mayo por llegar 3

Retiro 5

Formación 11

Comunicación 21

Vocaciones 31

La Solana 35

El Anaquel 41

Bicentenario Don Bosco 53

Revista fundada en 2000

Segunda época

Dirige: José Luis Guzón

C/ Paseo de las Fuentecillas, 27

09001 – Burgos

Tfno.: 947 460 826

jlguzon@salesianos-leon.com

Colabora: Segundo Cousido

Dep. Legal: LE 1436-2002

ISSN: 1695-3681



Mayo por llegar

El mes de mayo se aproxima con todo su misterio y con su cara amable. Para nosotros, a parte de una primavera consolidada, mayo nos habla de nuestra Madre, de María Auxiliadora.

Ha de ser un mes en que tomemos más en serio la dimensión mariana de nuestra vida. Es verdad que con frecuencia llevamos a María en nuestra cartera, pero es preciso llevarla con más frecuencia y decisión a la vida y, sobre todo, hacer nuestras sus actitudes de un modo claro y decidido.

María es para nosotros la mujer «nueva» con mayúsculas. A veces utilizamos la expresión «ser o sentirse» un «hombre» o una «mujer» nuevos. Es verdad, tras una enfermedad, una gran preocupación, etc., dejados atrás los lastres, decimos sentirnos hombres/mujeres nuevos. Pero la novedad en María tiene un componente que va más allá. Lo «nuevo» bíblicamente implica la realidad de la vida que tiene su origen en Cristo.

Así, por ejemplo, el apóstol Pablo habla con frecuencia del hombre nuevo en contraposición con el hombre «viejo»: «Si alguien vive en Cristo, es una nueva criatura; el hombre viejo pasó y ha aparecido el nuevo» (2 Co 5, 17). El hombre/la mujer viejos son para Pablo aquellos que viven de espaldas a Cristo, inmersos en el mundo del pecado (Rm 6, 6), los sometidos al dominio del mal.

El programa de vida cristiana consiste en despojarse del hombre viejo (Col 3, 9) y vivir a la luz y al aire de Cristo: el hombre y la mujer que acogen gozosamente la acción de Dios, porque han pasado de la muerte a la vida, han surgido de un nuevo nacimiento.

María es un ser así, es la mujer «nueva»: ha aceptado el plan de Dios, se ha abierto a su Palabra y nos ha ofrecido al Hijo de sus entrañas, Cristo Jesús.

Algunos vamos a recibir la urna de Don Bosco en nuestra tierra. No es un fetiche ni produce efectos mágicos, pero su presencia nos puede recordar la capacidad que tuvo el apóstol de los jóvenes de renovar su vida y de hacer nueva la vida de muchos jóvenes. Pidámosle que nos ayude a seguir trabajando con ilusión por ellos y nos convierta en apóstoles (hombres y mujeres «nuevos»), resucitados en el Resucitado.

Fr. Luis Guzmán

Retiro

Contemplando a Don Bosco

Miguel Ángel Álvarez Paulino, sdb



«Con ocasión de la celebración en el año 2015 los 200 años del nacimiento de Don Bosco, el Rector Mayor, Don Pascual Chávez, ha querido que una reliquia significativa del Santo de los jóvenes visitase toda la Congregación. Ya ha estado en varios continentes y, en este año 2012 visita las presencias salesianas en España. Es el deseo de la Congregación que este acontecimiento reavive en nosotros el ardor apostólico y renueve nuestro compromiso por trabajar en medio de la juventud más necesitada y que el testimonio de Don Bosco haga renacer nuestro deseo de ser fieles a nuestro carisma»

«La Urna contiene una réplica de la imagen exacta de Don Bosco, como se halla en la Basílica de María Auxiliadora en Turín. En el interior de esta réplica vienen las reliquias del santo patrón de los jóvenes. La figura de Don Bosco contiene, en una caja lacrada que se encuentra al nivel del pecho de la imagen, una de las manos del Santo».

I. La mirada

de Don Bosco

Contemplar la cara de Don Bosco nos lleva a fijarnos en su mirada. Dicen que los ojos son la ventana del alma y que mirando a los ojos a una persona es como la conocemos realmente. ¿Qué miraría Don Bosco? ¿Qué vio con sus ojos nuestro santo fundador? Podemos recordar un momento decisivo en su vida:

5 de junio de 1841. Un joven llamado Juan Bosco es ordenado sacerdote con 26 años por el arzobispo de Turín. Pero ¿qué hará ahora como sacerdote? Recién ordenado tiene que decidir su futuro, por dónde quiere orientar su recién iniciado ministerio pastoral. Recibe varias propuestas: preceptor de una familia noble genovesa, capellán en pequeño pueblecito, ... No sabe qué hacer.

“Hasta aquel momento, Don Bosco no conoce más que la pobreza del campo. No sabe qué es la miseria de los suburbios de las grandes ciudades. Don Cafasso [su confesor] le dice: “*Ve, mira a tu alrededor y actúa*”.

“Ya en los primeros domingos –atestiguará más tarde Miguel Rúa- [Don Bosco] anduvo por -la ciudad de Turín para hacerse una idea sobre las condiciones morales en que se movían los jóvenes”. *Quedó turbado*. Los suburbios eran zonas donde fermentar revoluciones, cinturones de desolación. Los adolescentes vagabundeaban por la calles, sin trabajo, tristes, dispuestos a todo lo peor.

“Se tropezó con muchos jóvenes de todas las edades –sigue el testimonio de Don Rúa- que vagaban por calles y plazas, especialmente en los alrededores de la ciudad, jugando, riñendo, blasfemando y haciendo de todo” [...]

Un día, al ir a sus acostumbradas visitas a las cárceles, invita don Cafasso a Don Bosco a que le acompañe. Los oscuros corredores, las paredes ennegrecidas y húmedas, el aspecto triste y escuálido de los presos, le turban profundamente. Siente repugnancia y experimenta la sensación de ahogo.

Pero *lo que le duele enormemente* es ver que hay muchachos detrás de los barrotes. Escribe: “Me horroricé al contemplar aquella cantidad de muchachos, de los doce a los dieciocho años, sanos y robustos, de ingenio despierto, que estaban allí ociosos, picados por los insectos, y faltos en absoluto del alimento espiritual y material”.

Volvió otras veces con don Cafasso, y también solo. Buscó la forma de hablar con ellos, no solamente “dándoles la lección de catecismo” (que era vigilada por los guardias) sino de tú a tú [...]. Así llegó a conocer sus tristes historias, su envilecimiento, la rabia que, a veces, les ponía furiosos. El “delito” más corriente era el robo. Por hambre, por el deseo de algo más que el escaso sustento [...]. Estaban a pan negro y agua. Tenían que obedecer a los carceleros por la fuerza, ya que les pegaban por el más mínimo pretexto.

Lo que más me impresionaba –escribe don Bosco- era que muchos, al salir, estaban decididos a cambiar de vida” aunque no fuera nada más que por miedo a la prisión. “Pero, al cabo de poco tiempo, terminaban de nuevo allí”.

Intentó averiguar la causa y termina diciendo: “Por estar abandonados a sí mismo”. “Estos muchachos, decía para mí, *deberían encontrar fuera un amigo que se preocupase de ellos y les atendiese e instruyese en la religión*. Entonces, no volverían a la cárcel” [...].

Don Bosco no logra siempre vencer el desaliento. Un día rompe a llorar. En un instante de duda.

- ¿Por qué llora ese cura”, pregunta uno de los presos.

- *Porque nos quiere*. También mi madre lloraría, si me viese aquí dentro”¹.

Podríamos buscar más ejemplos, pero basta este sencillo ejemplo para descubrir que Don Bosco supo leer la realidad desde una clave evangélica. Allí donde otros sólo veían delincuentes, un peligro para la sociedad, él, tocado en su corazón, buscó cómo recuperar a esos jóvenes que estaban abandonados a su suerte. La mirada de Don Bosco nos lleva a caer en la cuenta de la importancia de preguntarnos hacia dónde dirijo yo mi mirada como salesiano: ¿qué veo a mi alrededor? ¿cómo es mi mirada sobre la realidad que me rodea? ¿Es una mirada compasiva, que se vuelve ante el que sufre? ¿es una mirada crítica, negativa, pesimista?

A veces sufrimos de una “mirada selectiva” que ve sólo lo que quiere ver dejando en la penumbra y en los márgenes, fuera de nuestra visión, lo que nos incomoda o nos molesta porque nos obligará a cambiar de actitud, a salir de nuestros esquemas y costumbres ya establecidos. ¿Sobre qué elementos de la realidad detengo mi mirada? Don Bosco supo mirar, ver y dejarse tocar por la realidad. ¿No tendrías que aprender tú algo de su mirada?

2. Contemplar a Cristo

con la mirada de Don Bosco

Este es el subtítulo de la carta circular que en diciembre del 2003 don Pascual Chávez dirigía a toda la Congregación. Tomando pie del artículo 11 de las Constituciones comentaba aquellos rasgos de la persona de Jesucristo a los que Don Bosco y también nosotros como salesianos somos más sensibles. Contemplar la mirada de Don Bosco es una invitación a contemplar también a Cristo “*con la mirada de Don Bosco*”, y confrontarnos con ella.

Te ofrezco algunos párrafos de aquella carta para que te puedan servir como revisión y meditación: ¿soy yo también sensible a esos rasgos de Jesucristo? ¿los vivo en mi vida diaria, en mi relación con mi comunidad y con los destinatarios de la misión?



¹ Teresio Bosco, *Una biografía nueva*, CCS Madrid, 1979, 104-113. Las cursivas en el texto son mías.

2.1 La gratitud al Padre por el don de la vocación divina a todos los hombres

Es impensable el sistema educativo pastoral de San Juan Bosco sin la experiencia de la gratitud por ambas partes: las demostraciones de gratitud de sus muchachos son innumerables y conmovedoras, precisamente porque no agradecían lo que Don Bosco les daba, sino que agradecían al mismo Don Bosco que se daba a ellos, como expresión del amor gratuito y preveniente de Dios.

Hay un presupuesto fundamental, densamente teológico, en el pensamiento y en la praxis educativa pastoral de nuestro Fundador: la certeza de que toda persona no es sólo objeto de derechos y de deberes, u objeto de filantropía “horizontal”, sino que en cualquier situación y a pesar de cualquier límite, deficiencia o pecado, ella es *imagen de Dios*; todos son hijos e hijas de Dios, *llamados* a Su amistad y a la vida eterna.

2.2. La predilección por los pequeños y los pobres

Esta predilección en Don Bosco no proviene sólo de la magnanimidad de su corazón paterno, “grande como las arenas del mar”, ni de la situación desastrosa de la juventud de su tiempo –como también del nuestro-, ni mucho menos de una estrategia socio-política. En el origen de ella está una *misión* de Dios: “El Señor indicó a Don Bosco, como primeros y principales destinatarios de su misión, a los jóvenes” (*Const.* 26). En este sentido es ‘*normativo*’, y no una simple anécdota, la actitud que Don Bosco asumió en un momento decisivo de su existencia sacerdotal, frente a la Marquesa de Barolo y a la oferta, ciertamente apostólica y santa, de colaborar en sus obras, abandonando a los muchachos andrajosos y solos.

2.3. La solicitud en predicar, sanar y salvar, movido por la urgencia del Reino que llega

Desde el comienzo de su Evangelio, Marcos nos dice: “Cuando arrestaron a Juan, Jesús se marchó a Galilea a *proclamar el Evangelio de Dios*” (*Mc* 1,14). Hay también otros textos en los que la actividad de Jesús se concentra en tres acciones –predicar el Evangelio, expulsar los demonios, curar las enfermedades y los sufrimientos (cf. *Mc* 3,13; *Mt* 9,35)- pero no hay duda de que su misión principal era la de “proclamar el Evangelio, el mensaje feliz de Dios”.

2.4. La actitud del Buen Pastor que conquista con la mansedumbre y la entrega de sí mismo

En la predicación de Jesús, dicha figura ocupa un lugar de relieve, ante todo en la presentación del Señor como Buen Pastor en Juan (10,1-18.25-30), o también en la parábola de la oveja perdida, presente en Lucas (15,4-7) y en Mateo (18,12-24).

Jesús, el buen pastor, es la *puerta* de las ovejas; Él *conoce sus ovejas* y las llama una a una por su nombre; las ovejas le siguen, porque conocen su voz. Él *va en busca, con predilección, de la oveja perdida*. Es el rasgo típico y más escandaloso de la parábola sinóptica que en Jesús expresa, entre otros, dos aspectos principales:

- el “mayor amor” hacia aquel que tiene mayor necesidad: el más pobre, el último, el pecador; no es sólo amor pastoral: “*agápe*” diríamos; es también amor íntimo: “*filia*”; esto significa el “cargar sobre los hombros”, lleno de

cariño, la oveja perdida, una vez que la ha encontrado;

- la “subversión” de los criterios cuantitativos a causa del criterio cualitativo de la situación de quien está “perdido”:

Él *da vida a sus ovejas y da la vida por ellas*. Es la antítesis absoluta del pastor mercenario, que no busca el bien de las propias ovejas, y menos aún piensa en sacrificarse por ellas.

3. El corazón

de Don Bosco

¿Qué sentiría Don Bosco? ¿Quién habitaba su interior? ¿A quién amaba Don Bosco? La respuesta parece clara: el Señor, los jóvenes, el deseo de su salvación, un profundo amor hacia ellos: “Estoy convencido de que Dios ha conservado mi vida gracias a vuestras súplicas; la gratitud exige que yo la emplee toda para vuestro bien espiritual y temporal. Así prometo hacerlo durante todo el tiempo que el Señor me deje en esta tierra”².

El artículo 21 de nuestras Constituciones, hablando de Don Bosco nuestro modelo, recoge unas palabras de Don Rúa en una carta del 24 de agosto de 1894: “*No dio un paso, ni pronunció palabra, ni acometió empresa que no tuviera por objeto la salvación de la juventud. Lo único que realmente le interesó fueron las almas*”. Y el artículo 1 afirma que Dios “formó en él un corazón de padre y maestro, capaz de una entrega total: *Tengo prometido a Dios que incluso mi último aliento será para mis pobres jóvenes*”. Quizás podría ser esta también nuestra promesa delante de la urna de Don Bosco cuando la contemples.

Recordando sus años en el Oratorio, junto a Don Bosco, el mismo don Albera testimonia: Debo decir que Don Bosco nos quería de una manera única; ejercía sobre nosotros una atracción irresistible, que no es posible comprender a quien no la ha experimentado... Me sentía como prisionero de una fuerza afectiva que se apoderaba de mis pensamientos, palabras y acciones... Me sentía querido como nunca nadie antes me había querido, con un afecto que no tenía nada que ver siquiera con el amor intensísimo de mis inolvidables padres. El amor de Don Bosco era para nosotros algo singularmente superior a cualquier otro afecto: nos envolvía a todos por completo como en una atmósfera de alegría y felicidad, de la que habían desaparecido penas, tristeza y melancolía”.

Su corazón latía, palpitaba por sus jóvenes: “Difícilmente podréis encontrar quien os ame más que yo en Jesucristo y que más desee vuestra felicidad”. Cuando la marquesa Barolo lo pone ante la alternativa de dejar el Oratorio o la Obra del Refugio, Don Bosco no duda ni un instante. Su opción es muy clara: “He consagrado mi vida al bien de la juventud”. Su vida son los jóvenes y a ellos se la consagra. Así era el corazón de nuestro padre fundador.

Hoy, a este impulso apostólico que nos mueve a entregar la vida por los jóvenes, lo llamamos “caridad pastoral”. Es el programa de vida que nos señaló el corazón de Don Bosco: “*Da mihi animas, cetera tolle*”, que le llevó a entregarse totalmente a la juventud más pobre y necesitada.

² MBe, II, 373

Nos podemos preguntar también nosotros: ¿Cómo es mi corazón? ¿Qué deseos anidan en mi interior? ¿late con los mismos latidos que el de Don Bosco? ¿Cómo seguir haciendo vida en mi el *Da mihi animas* de Don Bosco? Contemplemos una vez más a nuestro fundador para amarlo e imitarlo, conscientes de que “encontramos en él nuestro modelo” (C 97).



Inspectoría Salesiana “Santiago el Mayor” - León

Formación

Recreamos las comunidades cristianas³

Álvaro Chordi

I. Una fe vivida en comunidad

Es preciso "*hacer de la Iglesia la casa y la escuela de la comunión*". La comunión en la Iglesia consiste fundamentalmente en que todos sus miembros comparten el mismo y único Espíritu, el mismo que el Señor resucitado. Esa comunión se expresa y alimenta en la confesión de la misma fe, en un compromiso común de vida cristiana y en el compartir una misma celebración. Se manifiesta especialmente en una vida comunitaria animada por el amor y la corresponsabilidad.

Un creyente sin apoyo de la comunidad eclesial llevará una vida cristiana lánguida. Solo unas comunidades de vida intensa podrán ser -para la gran mayoría de los jóvenes cristianos- hogar que los alimente para la tarea del vivir cotidiano en condiciones poco favorables para la fe. Solo una experiencia de fe compartida en comunidad mantendrá en cada joven la viva conciencia de haber recibido una "buena noticia" y la ilusión por testificarla sin complejos en sus ambientes.

Las comunidades eclesiales están llamadas a ser un espacio de encuentro fraternal y gratuito, ocasión de un mayor conocimiento mutuo; un ámbito propicio para la maduración cristiana;

³ *Volver a creer con los jóvenes explorando nuevos caminos*, «Frontera Hegian» 73 (2011) 53-67.

un cauce de corresponsabilidad y de creatividad apostólica. En ellas nos reunimos para escuchar la Palabra y comentarla, analizar los acontecimientos a la luz de la fe, asumir y revisar nuestros compromisos de vida, compartir en mayor o menor medida nuestros bienes y celebrar juntos la fiesta de la Eucaristía "*fuentes y cumbre de la vida cristiana*".

2. La comunidad significativa y evangelizadora

El objetivo de toda comunidad cristiana es hacer significativa la presencia de Dios a favor de las mujeres y los hombres de nuestra sociedad. Lo peor que les puede suceder a las comunidades es que resulten inocuas e indiferentes para los jóvenes. Cuando nos acomodamos y dejamos de vivir exageradamente la vida, perdemos nuestra *significatividad* por el camino, y entonces las comunidades dejan de ser esos faros encendidos en la noche que hacen señas a los jóvenes que navegan hacia el Reino.

Nuestras comunidades serán *memoria de Jesús* en la medida en que transparenten su forma de vivir, de amar y de servir, en la medida en que la fraternidad anuncie y anticipe en la historia humana su condición definitiva de hijos y hermanos.

El *rostro comunitario* desea ser comunicación del evangelio que proponemos. La comunidad que vive la experiencia del Resucitado se convierte en "evangelio" para todos los que encuentra en el camino. Los cristianos pasamos de una vocación vivida a una vocación transmitida, *de llamados a enviados*. La evangelización no es una actividad de la comunidad, sino la clave que articula todo el proyecto comunitario.

Cuando comunicamos nuestra fe a otros, nos remitimos necesariamente a la comunidad, a aquellos con quienes vivimos, compartimos y celebramos nuestra fe. Por ello, la oferta convocante tiene necesariamente a la comunidad cristiana como sujeto y referencia.

La comunidad cristiana es "origen, lugar y meta de la catequesis". La comunidad cristiana global ofrece ricas posibilidades de intercambio y de diálogo entre participantes de condiciones y sensibilidades diferentes.

"Superada ya la reproducción sociológica, inexistente el clima social de sus instituciones como matriz de la cristianía, el ámbito ha de ser la comunidad cristiana y su célula, el grupo en el que el catequista tendrá por vocación una misión singular".

Así pues, la comunidad cristiana es el sujeto, el ámbito y el destino en el que la fe cristiana se vive como proyecto de vida personal y comunitaria y desde el que se propone como experiencia de nueva vida abierta a la fraternidad y a la solidaridad. *Sin comunidad cristiana, no hay proceso evangelizador que se sostenga en pie.*

Por tanto, toda acción pastoral debe fundamentarse ante todo en la vida de la comunidad, en su carácter significativo sacramental, en el proyecto del que es portadora. Solo de esta manera la comunidad podrá ser sujeto pastoral.

Sin comunidad, todo anuncio creyente queda huérfano de un espacio de interiorización, de "verificación" y de celebración; sin el testimonio y la proclamación de individuos concretos, el Evangelio quedaría mudo para el mundo.

La postmodernidad otorga la fuerza al individuo y pone entre paréntesis los aspectos más objetivos y el sujeto comunitario. Nuestra experiencia pastoral nos lleva a recuperar el sujeto comunitario como agente y horizonte evangelizador, resaltando los aspectos humanos, relacionales y teológicos como son "Cuerpo de Cristo" y "Pueblo de Dios". Somos conscientes

de que esta apuesta hoy es contracultural, pero hemos de saberla combinar con la flexibilidad, la adaptación, la sensibilidad y el protagonismo juvenil que se requiere en este nuevo éxodo cultural y pastoral que estamos atravesando.

La comunidad es quien suscita y acompaña el proceso con jóvenes. Cualquier joven requiere de una comunidad como seno maternal en la que pueda iniciar y profundizar su fe. La responsabilidad comunitaria se concreta en ser signo, testimoniar y significar con su vida la propuesta del Reino; salir a buscar a los jóvenes, como instrumento de la iniciativa de Dios; acoger la realidad de los jóvenes, sus necesidades y búsquedas; interpelar y proponer, ofreciendo experiencias y espacios donde los jóvenes puedan encontrarse con Jesús; acompañar el proceso de apertura y crecimiento en la fe.

El Manifiesto del FPJ se reafirma en que *"nos comprometemos a promover comunidades cristianas que susciten y acompañen el proceso de las personas jóvenes. Que les busquen, les acojan en su realidad concreta y les propongan explícitamente el evangelio de Jesús que llama a la fraternidad"*.

3. Los jóvenes necesitan entrar en la tierra de la fraternidad

Los jóvenes dan un gran valor a las relaciones, y por ende, a la comunidad. De hecho, viven entre la necesidad de individuarse como personas únicas y la de vivir y apoyarse en los otros. Todo lo relacional despierta su interés y ejerce un poderoso atractivo, porque son más sensibles a lo afectivo que a lo ideológico. Ahora bien, rehúyen de los vínculos a largo plazo y de los grupos cerrados, por lo que hay que buscar el equilibrio entre experiencias individuales y las que parten y remiten a la comunidad.

Consideramos que los jóvenes necesitan *entrar en la tierra de la fraternidad*, donde se pueda palpar la propuesta y la presencia de Jesús, donde experimenten una Iglesia más comunitaria y participativa. Necesitan de microclimas comunitarios, de auténticas comunidades vivas, donde puedan cultivarse y compartirse todas las dimensiones de la vida y el compromiso cristiano de sus miembros, que ofrezcan un nuevo rostro de Iglesia; comunidades que sean espacios afectivos y acogedores en los que poder compartir preguntas y buscar juntos las respuestas; comunidades flexibles y abiertas en las que puedan tener cabida las inquietudes y las debilidades, para tratar de superarlas juntos; comunidades solidarias que animen a buscar, con una vida comprometida, la realización personal y social; comunidades donde se pueda vivir de manera intensa la dimensión celebrativa; comunidades que sepan acompañar y estén disponibles para hacerlo; comunidades donde todos sus miembros son corresponsables de la vida de la comunidad; comunidades que sirven al Reino de Dios en, con y para el mundo.

Las comunidades que surgen en el siglo XXI son de otro aire y otro estilo, diferentes: con flexibilidad de pertenencia, más espontáneas e independientes, más estéticas, gestionadas por ellos mismos, más inclinadas a cultivar la espiritualidad frente al compromiso, menos condicionados, en definitiva, aparentemente más blandas. Hay que seguir de cerca estas experiencias comunitarias, pues aportan una luz en este caminar comunitario. Quizás dos palabras claves en esta inserción comunitaria sean "flexibilidad" y "protagonismo", pero siempre con un núcleo estable y adulto.

Como afirma Danielle Hervieu-Léger, la fe necesita una validación en nuestra sociedad poco religiosa. Antes que adherirme a una filosofía, a una religión o a un principio moral, quiero encontrarme con personas que lo vivan y a las que reconozco como interesantes y realizadas.

Por ello son imprescindibles los *pequeños relatos* como comunidades de referencia. El joven de hoy no se vincula a grandes relatos como antaño nos hemos vinculado otros. En otras épocas ha funcionado, primero, la ilusión del gran relato, y después descubríamos el pequeño relato como comunidad de vida. Hoy el método es al revés: el joven no se vincula a nada si no encuentra un pequeño relato que le resulte cercano, con calor afectivo, con relaciones interpersonales, vida en lo cotidiano, en el día a día. A partir de ahí tendrá que descubrir el gran relato, incluso para la misma vivencia vocacional. "Por ello necesita de pequeñas comunidades cristianas que sean células vivas de talla humana, con identidad cristiana, en comunión eclesial y en solidaridad, actitud de servicio y corresponsabilidad".

4. Hacia unas comunidades inter-generacionales

Estamos asistiendo a un notable aislamiento de la comunidad cristiana respecto de los jóvenes y viceversa. Aunque nadie duda de la necesidad de espacios propios para ellos, es muy posible que esta estrategia haya impedido muchas veces su inserción eclesial. La pastoral con jóvenes es parte integrante del resto de la comunidad. Para trabajar en línea comunitaria con los jóvenes es esencial formarlos en una comunión general con el resto de la comunidad eclesial.

Ya sabemos y experimentamos que la Iglesia se hace visible en comunidades cristianas inmediatas desde donde cada joven puede ser evangelizado, invitado a la conversión, a la fe, educado en la fe e incorporado a la misma comunidad de creyentes. Esta comunidad cristiana inmediata no está aislada ni de la Iglesia local ni de la Iglesia universal, sino que, integrada y en comunión con ellas, hace presente y cercana la Única Iglesia de Cristo. Sin la "Iglesia mayor" –la diócesis o la Iglesia universal- faltaría a las pequeñas comunidades el oxígeno de una ancha comunión, los testimonios de vida cristiana provenientes de todos los rincones diocesanos y universales, la reflexión teológica y las experiencias pastorales de otros lugares, el sentimiento de pertenencia a una familia extendida por todo el mundo, la guía de sus pastores. Cuanto más se aísla una pequeña comunidad, más pronto se muere.

Algunas comunidades juveniles existentes tienden a ser endogámicas, y no asumen suficientemente su responsabilidad pastoral para con los adolescentes y jóvenes que vienen por detrás. Estas comunidades, donde las haya, han de asumir el compromiso de seguir y acompañar la pastoral con jóvenes de sus plataformas pastorales, ofreciendo más oportunidades al Espíritu para que los jóvenes encuentren referencias que merezcan la pena, que sean accesibles, plausibles, cercanas y posibles.

Cuanto más fuertes sean los lazos estructurales y afectivos que unen a esa comunidad juvenil con la parroquia o unidad pastoral, la congregación o la diócesis, más garantías tiene de continuidad. Las comunidades juveniles deben ser transitorias, de paso, despidiendo y acogiendo a nuevos miembros.

Cuando se alargan y paralizan apuestas adultas y vocacionales, hemos de sospechar que se han convertido en estación término y posiblemente en la antesala de su desaparición del escenario eclesial.

La *desembocadura* de los jóvenes puede ser la parroquia, como "lugar privilegiado donde se realiza la comunidad cristiana", aunque encuentra serias dificultades para ello. Pero también puede ser la misma comunidad matriz del proceso catecumenal. La comunidad que ha patrocinado el proceso de estos jóvenes necesita crecer y alimentar el proceso con nuevos miembros. Es natural que algunos de los jóvenes que terminan dicho proceso sean invitados a

incorporarse como animadores de nuevos grupos en el mismo lugar donde han estado y a formar parte de la *comunidad inmediata* que lo patrocina. El mismo grupo de jóvenes que ha hecho el proceso catecumenal, en ciertos casos, puede constituirse en comunidad de jóvenes, aunque es difícil que permanezcan. Ahora bien, no hemos de olvidar que "son muchas las iniciativas pastorales que fracasan por no tener definido una desembocadura clara, en la que se ayude a la persona en la concreción de su proyecto cristiano de vida a nivel personal, y en la inserción eclesial en una comunidad cristiana en la que vivir la fe como adulto".

Quizás no se trata tanto de crear nuevas comunidades –que si surgen, bienvenidas sean–, sino de recrear las ya existentes: las comunidades parroquiales –gestando o fortaleciendo los núcleos comunitarios–, las comunidades educativas –generando o dinamizando comunidades educativas pastorales con pluralidad de miembros (religiosos/as, educadores, personal de administración y servicios, padres y madres, pastoralistas, etc.) que sean referenciales para los educandos–, las comunidades de vida –las familias, las comunidades religiosas, otras comunidades, etc.–.

A esta necesidad de recrear las comunidades existentes se añade el hecho de que el joven de hoy no acepta "más de lo mismo", sino que necesita provisionalidad y cambio permanente, vivir la condición de "estar en el camino" –aun a cierta distancia de la meta, en un tira y afloja de deseos todavía insatisfechos, obligados a soñar y a seguir en la brecha tratando de convertir, y confiando en ello, nuestros sueños en realidad–, un camino que, a pesar de constituir un tiempo de prueba para nuestra paciencia y nuestros nervios, se acepta como un valor en sí mismo, y ciertamente un valor precioso.

El inicio del planteamiento comunitario será más afectivo que ideológico, más socializador que comprometido. Si antes el compromiso activaba el vínculo comunitario, ahora es lo emotivo, la afectividad y la interioridad el punto de partida de una vida comunitaria. Se podría resumir así: porque estoy bien y me encuentro a gusto con los míos, podemos proyectar cosas juntas y podemos entender el misterio de la realidad.

Se requieren comunidades en las que los jóvenes "puedan estar juntos, departiendo más que compartiendo, relacionados entre sí por unos lazos que no impliquen demasiado ni condicionen la propia forma de organizarse o de desenvolverse". Por tanto, se trata de renovar las comunidades adultas para que los jóvenes hallen vida alternativa y plausible para ellos mismos, donde puedan estar unidos pero sin sentirse demasiado atados o vinculados.

En nuestra opinión, los jóvenes han de vivir en contacto con una comunidad creyente *intergeneracional*, con sus ritos, su experiencia y su vida en el mundo. Vive en el centro de interacciones entre personas de todas las edades que descubren, comparten y celebran la vida. Se aprende mejor cuando se encuentra una gran variedad de caminos posibles.

Hay que superar los procesos de jóvenes desconectados y alejados de los dinamismos comunitarios. Así, los jóvenes han de *participar activamente del "ritmo vital" de la comunidad*, animándola permanentemente, pues ellos mismos son parte integrante de la misma comunidad.

La división de la catequesis por generaciones ha sido y sigue siendo una solución pertinente y adaptada en una sociedad cristiana. En aquellas sociedades en las que el cristianismo es minoritario, surgen nuevas semillas de propuestas intergeneracionales en las que se trabajan tres dimensiones cristianas: vocación (identidad personal cristiana), comunión (experiencia de comunidad creyente) y misión (servicio evangelizador al mundo).

"Sin descuidar el criterio de la edad, hemos de ensayar y diseñar modos, acciones, encuentros comunitarios e intergeneracionales, con presencia y participación de los diversos grupos y edades que integran una comunidad, como elemento importante de crecimiento y maduración en la fe de todos sus miembros".

Hemos de trabajar por la incorporación de los grupos de jóvenes a la comunidad cristiana más amplia en la que distintas generaciones de creyentes se apoyan y se interpelan mutuamente. Los jóvenes deben participar activamente en la necesaria renovación de nuestras comunidades cristianas⁹³ Y los sacerdotes han de estar cerca, escucharles, acompañarles, tender puentes, transparentar a Jesús vivo y resucitado y posibilitar la comunión eclesial.

5. La familia cristiana, primer lugar de evangelización

El filósofo José Antonio Marina ha divulgado un proverbio africano que reza así: "*Para educar a un niño se necesita la tribu entera*". Si lo aplicamos a la pastoral con jóvenes, diríamos que para educar en la fe a una persona joven, se necesita de una red cristiana que se inicia en la familia, se desarrolla en la parroquia, se forma en la escuela, se desemboca e inserta eclesialmente en una comunidad cristiana concreta en la que vivir adultamente la fe.

"El cristiano, en medio de la sociedad actual, que le resulta con mucha frecuencia inhóspita, tiene necesidad de un 'microclima' para vivir la fe, el seguimiento de Jesús y la misión evangelizadora, en que halle cobijo, apoyo, confianza, serenidad y amistad. Estos 'microclimas' no pueden cerrar la comunicación con el exterior sino hacerla posible y fecunda apostólicamente. La Iglesia tiene una fuerte tonalidad familiar; pues bien, *la familia* es el espacio humano donde nace la persona, se forma y vive; y desde donde puede armoniosamente insertarse en la sociedad".

La pastoral con jóvenes apenas ha mostrado interés por la familia, que resulta ser ese *espacio en el que se está jugando, en buena parte, la fe o la in-creencia de las nuevas generaciones*. Lo primero a recordar es que prácticamente todos los estudios apuntan hoy hacia la conclusión de que, en estos tiempos de crisis religiosa, la acogida de la fe depende básicamente de que el sujeto tenga desde el inicio una experiencia positiva de lo religioso. La persona vuelve, por lo general, a aquello que ha experimentado como bueno y ha vivido con satisfacción y sentido.

La mayoría de los padres y las madres se desentienden de la educación espiritual y religiosa de sus hijos e hijas, eludiendo su responsabilidad, que en ningún caso puede ser suplida por los educadores de una parroquia, un centro educativo o un movimiento concreto. Por eso, los educadores han de centrar su atención en la formación de los padres y las madres, generando cauces de comunicación fluidos y constantes, iniciativas conjuntas de padres y madres con sus hijos, espacios de formación y celebración, etc. con el objetivo de que terminen implicándose en la educación en la fe de sus hijos e hijas.

Así pues, la familia –en sus diversas modalidades– es el sujeto originario de la educación y el primer lugar de la evangelización. La pastoral con jóvenes ha de abrirse más a la pastoral familiar, porque "cuidar las familias no resta fuerzas al trabajo con los jóvenes, sino que implica hacerlo más duradero y eficaz".

La familia es la mejor escuela de evangelización y la que tiene mayores posibilidades para educar en la fe y que se persevere en ella. Aún en las situaciones de mayor desarraigo, siempre quedan unos lazos que vinculan con la familia.

Desde una pastoral con jóvenes adecuada se puede llegar a una pastoral Familiar fecunda. "Los jóvenes y las jóvenes son los responsables de la familia del futuro". La preparación para el matrimonio, la ayuda pastoral a los matrimonios jóvenes, el fomento de modelos de espiritualidad conyugal y familiar convincentes y coherentes, etc. son oportunidades de vincular jóvenes y familia en una pastoral integrada y articulada adecuadamente.

Desde una pastoral familiar adecuada se puede llegar a una pastoral con jóvenes fecunda. El acompañamiento de los padres y las madres en la educación religiosa de sus hijos y la implicación de la familia en el proceso de iniciación cristiana de los adolescentes y la educación sexual y la preparación para el amor de los jóvenes son un botón de muestra de la ingente e insustituible labor que las familias pueden realizar en favor de la pastoral con jóvenes, a pesar de que "la distancia generacional ha creado un silencio y absentismo educativo por parte de los adultos, con lamentables consecuencias negativas de orden pedagógico y pastoral".

Pese a las apariencias contrarias, hoy *los jóvenes sienten una imperiosa necesidad de encuentro educativo con los adultos*, como demuestra el recuerdo positivo que con frecuencia dicen tener de adultos significativos para ellos: padres y madres, sacerdotes, catequistas, educadores, etc.

6. La Escuela Católica, lugar de encuentro de la comunidad educativa cristiana

Se constata que la Escuela Católica es la *plataforma actual con mayor potencial evangelizador* por el número de personas al que se dirige, por las horas y recursos que destina, por la continuidad en el tiempo, por su encaje con la acción educativa más amplia y por la comunidad cristiana presente en los centros. "Sin educación, en efecto, no hay evangelización duradera y profunda, no hay crecimiento y maduración no se da el cambio de mentalidad y de cultura".

Aunque observamos con expectación las enormes posibilidades evangelizadoras de la escuela, sin embargo, constatamos que nos encontramos con una realidad muy compleja y cambiante, con un alto índice de adolescentes y jóvenes que pasan por las aulas y no conocen a Jesucristo ni se relacionan con Él, con una débil desembocadura y vinculación eclesial. Cuando un estudiante concluye su periplo formativo en un centro educativo, es frecuente que abandone la comunidad educativa y rompa definitivamente con el hábitat creyente donde vivía la fe sin estar lo suficientemente maduro como para poder vivir en clave cristiana.

Hemos de reconocer que no basta la titularidad cristiana para que un centro educativo tenga una identidad cristiana y evangelizadora desarrollada en toda la comunidad educativa. La calidad y calidez evangelizadora re-, quiere apuestas serias y decididas que se materialicen en el liderazgo, las personas, las estrategias, las alianzas y recursos y obtengan unos resultados que transparenten la identidad creyente de dicha plataforma pastoral. En definitiva, en la creación de un clima donde se ven y se viven las semillas de mundo y de la Iglesia, y donde ambas pueden crecer.

La escuela católica es *sujeto eclesial*, y por tanto, en ella la Iglesia se autoafirma, se desarrolla y actúa como Iglesia. Este sujeto eclesial, equivalente también a comunidad cristiana o comunidad de fe, identifica la escuela también como espacio y ambiente de Buena Noticia. El anuncio de la fe en nuestras escuelas ha de ser explícito pues tenemos como misión 'evangelizar educando'; pero no debe estar circunscrito a un reducto de la praxis educativa, sino tocar el todo de la Escuela para que al realizar la labor de educar a través de todas

las asignaturas y procesos al mismo tiempo, anunciemos, implícita y explícitamente, la fe.

La naturaleza de la escuela hace de ella una comunidad *diferente a* la comunidad parroquial. Pero aun así, puede constar de idénticos elementos comunitarios, incluido el de la continuidad y la permanencia, ya que supera los límites de la acción estrictamente académicos.

Ahora bien, el centro educativo no es una isla pastoral, sino que "la coordinación de la pastoral escolar con la pastoral diocesana y parroquial solamente es posible cuando es el resultado de un pacto de cooperación personal y eclesial desde el Evangelio de Jesús de Nazaret. Este pacto de cooperación permite superar la dependencia y la independencia, para generar la *interdependencia pastoral*".

Los padres y las madres, una vez que eligen el centro educativo, han de implicarse en los planes educativos de la escuela. La actual situación de crisis de la educación, en sus distintos aspectos y facetas, invita a un esfuerzo especial por la calidad educativa de la escuela, en cuanto importante institución de socialización, de educación y de mediación crítica de la cultura. No obstante, las dificultades hoy existentes al respecto, la escuela merece una atención privilegiada en cuanto a sus posibilidades educativas. Y a esto puede y debe contribuir una participación mayor de las familias en la escuela.

En el centro de la escuela católica ha de estar presente la *comunidad de fe* como promotor de un ambiente creyente que facilite el proceso de educación humana y cristiana del alumnado y sus familias así como de los educadores. La presencia central de la comunidad cristiana en la escuela es uno de los signos más eficaces de su acción evangelizadora. Esta comunidad, representada durante siglos generalmente por la comunidad de personas consagradas, ha de ser hoy entendida como un grupo de talla humana e identidad cristiana, que ha asumido el programa de Jesús, que expresa y celebra su fe en Jesús, y que se compromete en la realización del reino de Dios a través de la educación.

La comunidad cristiana ha de manifestarse en el proceso educativo y ha de ofrecerse como ámbito en el que desarrollar la fe cristiana, meta de todo creyente. Quiere esto decir que la comunidad cristiana ha de configurar y dar sentido al carácter cristiano de la escuela; la educación de la fe ha de realizarse desde una realidad comunitaria; los educandos han de poder redescubrir la dimensión comunitaria de su fe, no solo porque se les hable de la comunidad, sino porque pueden descubrirla, presente y viva, como lugar de referencia, en la escuela.

La comunidad cristiana ha de ser signo visible de la acción y de la presencia *en y a través de* la educación; es decir, la presencia de esta comunidad ha de repercutir en la dimensión total de la escuela: interpelar a la institución, trabajar por transformar desde la fe las estructuras, imprimir sentido nuevo a las relaciones entre los miembros de la comunidad educativa.

Por ello, resulta clave la creación de la comunidad cristiana como realidad viva dentro de la propia escuela, como lugar de pertenencia y como referencia permanente al proceso de iniciación de la fe cristiana de los alumnos.

La apuesta pastoral dentro de esta comunidad educativa debe fijarse en el rol evangelizador del *profesorado*. El verdadero destinatario de la acción pastoral en un centro educativo es el educador, pues solo si el profesorado se siente evangelizado y es, por tanto, discípulo, entonces podremos desplegar una pastoral basada en apóstoles que sean testigos. Ayuden a hacer saltar la chispa de la fe en las nuevas generaciones. Así pues, la clave de una educación de calidad reside en el profesorado; si dicha calidad está vinculada a la identidad y

los destinatarios, entonces existen más posibilidades evangelizadoras en un centro educativo.

El hecho de que la Religión Católica siga siendo en muchos currículos una asignatura, tiende a relegar la evangelización a dicho ámbito, dejando la idea del eje transversal en solo un buen deseo. Nuestro enfoque antropológico nos lleva a afirmar que la dimensión religiosa es constitutiva del ser humano y la *Enseñanza de la Religión Católica* puede ayudar a los jóvenes a interrogarse y a reflexionar, para elaborar un proyecto de vida capaz de enriquecer su formación, con particular referencia a los aspectos espirituales y éticos de la existencia, estimulándoles a interpretar correctamente el contexto histórico, cultural y humano de la sociedad en vista de su compromiso por un mundo mejor. Lo peculiar de la enseñanza religiosa católica consiste en una presentación del mensaje y acontecimiento cristiano –en sus elementos fundamentales– en forma de síntesis orgánica, explicitada de modo que entre en diálogo con la cultura y las ciencias humanas y las otras religiones. Y todo ello para procurar al alumnado una visión cristiana de la persona, de la historia y del mundo, abriéndole al sentido último de la existencia.

Especial mención requiere la universidad, que desempeña un papel clave en la formación de las nuevas generaciones y se convierte en un lugar de encuentro y diálogo de los universitarios con sus profesores. La conexión entre la universidad y la Iglesia local se promueve a través de la *pastoral universitaria*, totalmente dedicada a la evangelización de la cultura y la formación de los jóvenes. Asimismo "tiene mucho que hacer para fomentar la compasión inteligente, responsable y activa", especialmente entre los menos aventajados y de los oprimidos. Además se busca que los jóvenes universitarios vivan su vida en plenitud.

Suele escucharse que la universidad se convierte en un lugar inhóspito y difícil para la fe, del que hay que defenderse para no perder lo adquirido en años anteriores. Sin embargo, mi experiencia en la pastoral universitaria de Salamanca durante cinco años me confirma que la Universidad se puede convertir en un lugar privilegiado para vivir y fortalecer la fe con otros creyentes y no creyentes, perdiendo el miedo para que la fe sea manifestada y testimoniada públicamente en medio de contextos muy secularizados e incluso adversos, además de contribuir a la transformación de la universidad en favor de los pobres.

El mundo de la educación está plagado de iniciativas que merecen ser destacadas. Por proximidad y conocimiento, se están explorando nuevos horizontes en varios lugares.

La Escuela Católica supone un gran reto evangelizador que debe asumirse con visión y determinación. Por ello, *Kristau Eskola*, la Escuela Cristiana Vasca, ha lanzado una propuesta denominada "Autoevaluación 9,16 - identidad evangelizadora" (1 Cor 9,16): ¡Ay de mí si no evangelizare!) a todos los centros educativos de la asociación con el objeto de tomar conciencia del diagnóstico de situación, detectar áreas de mejora, compartir buenas prácticas, establecer líneas de acción conjunta y mejorar la identidad cristiana y evangelizadora de los centros. Se trata de una herramienta que contiene unos indicadores para orientar y evaluar la acción identitaria y evangelizadora: un porcentaje (75%) lo propone *Kristau Eskola* y el resto (25%) cada institución, adaptándolo a su situación y carisma. Estos indicadores marcan un modelo pastoral amplio y flexible en el que quepamos todos y, al mismo tiempo, permita asumir el carisma de cada institución. Esta iniciativa pretende otorgar mayoría de edad a la pastoral en los centros y vincular las apuestas evangelizadoras con los equipos directivos, que son quienes tienen la capacidad de decidir en clave pastoral la vida del centro. En este sentido, se trata más de situar la escuela en pastoral que de trabajar la pastoral en la escuela.

Una segunda iniciativa digna de mención es el trabajo concienzudo y serio que los jesuitas realizan en sus centros educativos y, en concreto, el *acompañamiento pastoral en la escuela*

como clave en la personalización de la fe de los jóvenes que apunta al horizonte del encuentro con el Señor. Algunos pastoralistas de colegios de la Compañía de Jesús ofrecieron diez pautas fruto de una reflexión realizada en el santuario de Loiola que ofrecemos a continuación:

- favorecer el ambiente evangelizador del Centro Educativo;
- apostar firmemente por el acompañamiento como línea estratégica de la dirección del colegio, explicitada y dotada de recursos que forme parte del proyecto educativo del centro;
- potenciar la formación de agentes de pastoral, especialmente en el acompañamiento escolar;
- cuidar la experiencia personal de fe;
- formar parte activa de una comunidad;
- acompañar a los acompañantes;
- establecer una rutina y explicitar qué se va a hacer;
- cuidar el espacio físico del acompañamiento;
- tener un diario del acompañamiento;
- buscar el acompañamiento informal: las felicitaciones.

Finalmente, circunscribiéndonos al ámbito universitario, destacamos las campañas que promueven anualmente la Juventud Estudiante Católica (*JEC*), eligiendo un tema concreto y trabajándolo durante todo el curso escolar, con el objetivo de llevar a los ambientes universitarios –también en Secundaria– un mensaje de esperanza, de lucha por un mundo mejor, desde el origen de su fe en Jesucristo y en su proyecto de construcción del Reino de Dios. También resulta muy interesante las múltiples y sugerentes experiencias que la *Compañía de Jesús* realiza en algunas ciudades universitarias, destacando el portal www.pastoralsj.org que mediante sus ediciones quincenales ofrecen material sugerente y de calidad.

Comunicación

Publicidad y cultura: la comercialización de la protesta⁴

Pau Salvador i Peris

Resumen

En este artículo se estudia los mecanismos de absorción a través de los cuales el sistema de consumo es capaz de asimilar discursos y prácticas antagonistas que en un momento dado intentaron desafiar su hegemonía cultural. La sociedad de consumo se alimenta de la novedad y del cambio constante para que todo, en esencia, siga igual. Esta característica explica el uso que hace de objetos y símbolos contradictorios que son recontextualizados para comunicar significados diferentes. El bricolaje capitalista sirve para comprender cómo diferentes discursos son reordenados para dotarlos de un nuevo sentido. La cultura promocional es una plataforma privilegiada de observación de formas de expresión características de distintos grupos sociales. Es así como se manifiesta una tensión dialéctica entre antiguas formas de expresión ahora recicladas en formas de consumo masivo, y la búsqueda creativa constante de vías de expresividad cultural que doten de sentido a las nuevas formas de contestación.

⁴ ZER 16/30(2011) 267-278.

"El problema central para aquellos que quieren cuestionar la base de nuestra sociedad es: ¿cómo evitas acabar formando parte de aquello contra lo que protestas?"

(Jon Savage, England's Dreaming)

0. Introducción

"Todo lo sólido se desvanece en el aire" afirma Karl Marx (1818-1883) en el Manifiesto Comunista (1848). En su opinión, todo lo que la burguesía construye, es construido para ser destruido. Todo está hecho para ser destruido y poder ser reciclado poco después, para que el proceso recomience una y otra vez. La sociedad de consumo ha desarrollado una notable capacidad para absorber las formas de disensión que todo sistema social genera. Su peculiaridad estriba en la conversión de estas expresiones críticas en un recurso fundamental para la reproducción y el refuerzo de dicha sociedad. La propia rebelión se convierte en combustible de funcionamiento del propio sistema por medio de la lógica de la absorción, anulando de raíz el potencial revolucionario de las propuestas transgresoras. Las formas de desobediencia son integradas a menudo por el aparato cultural dominante, poniéndolas al servicio del interés comercial. Como señala Zygmunt Bauman (2007), el capitalismo trata de renovarse a través de una especie de marketing infinito. Si la sociedad de productores estaba orientada a la obtención de seguridad a largo plazo, la sociedad de consumidores se vuelca en el disfrute inmediato, en la promoción de un hedonismo ecléctico, amalgama de diferentes tendencias.

Ya en los años cuarenta del pasado siglo, Adorno y Horkheimer expresaron en el capítulo dedicado a la "industria cultural" de la "Dialéctica de la ilustración" (1994: 165) su malestar por el extremo poder que había adquirido la cultura de masas anulando cualquier tendencia crítica o vanguardista dentro del ámbito artístico. Adorno temía que aquella industria tuviese un impacto semejante al desarrollado por el fascismo. Dos buenos lectores de los padres de la Escuela de Frankfurt, Luc Boltanski y Eve Chiapello, en su estudio "El nuevo espíritu del capitalismo" (2002), actualizan estos postulados y señalan que nuevos contornos del capitalismo han triunfado gracias a la formidable recuperación de la crítica artística. Los psicólogos del trabajo han puesto de manifiesto que la remuneración resulta insuficiente para suscitar el compromiso y avivar el entusiasmo por la tarea asignada. Las empresas buscan trabajadores que desarrollen una adhesión emocional que trascienda el valor del salario. A partir de entonces, se desarrolla un nuevo discurso que afirma que el trabajo realiza al individuo y le permite crecer personalmente. Si la crítica artística buscaba el goce inmediato en la vida más allá de las coerciones sociales, el nuevo capitalismo reintegra esta crítica y promueve el goce inmediato a través del consumo. Las preocupaciones de Daniel Bell (1975) sobre las dificultades de supervivencia del capitalismo americano de los sesenta a causa del choque entre la ética del ascetismo protestante y el culto a la satisfacción resultaron infundadas, ya que el capitalismo convirtió en clientes aquellos que se resistían a su lógica asumiendo parte de sus valores y de sus prácticas.

Otro autor perteneciente a la Escuela de Frankfurt, Herbert Marcuse, en el ensayo "Por una nueva definición de cultura" (1971), insiste en la relativa autonomía de la esfera cultural. Más allá del mundo práctico, existía un ámbito utópico donde podían manifestarse las formas de disconformidad con el orden existente y el anhelo de trascender del orden material.

En la actual fase capitalista, la distancia crítica desde la que intervenía el actor cultural se ha diluido ante el avance de la ideología capitalista. El enorme Ser del capital lo invade todo, vida privada y vida pública; la distancia crítica no deja de ser una ilusión preñada de autoengaño. En este sentido, el crítico cultural Frederic Jameson señala en "Teoría de la postmodernidad" (1996: 67) que "la prodigiosa expansión del capital multinacional termina por penetrar y colonizar esos mismos enclaves precapitalistas (Naturaleza e Inconsciente) que constituían apoyos arquimédicos y extraterritoriales para la eficacia crítica. Pero es omnipresente en la izquierda el lenguaje taquigráfico de la asimilación (...) todos tenemos la vaga impresión de que no sólo las formas contraculturales puntuales y locales de resistencia cultural y guerra de guerrillas, sino incluso las intervenciones evidentemente políticas como las de *The Clash*, se desarman y reabsorben en secreto en un sistema del que pueden considerarse como parte, al no poder distanciarse de él".

Otro analista social de referencia, Slavoj Žižek (2004), advierte de la enorme capacidad del capitalismo de ingerir sus propios excesos y negatividad, de redirigir los antagonismos sociales y absorberlos dentro de una cultura de la afirmación diferencial. Sin embargo, destaca, como estudioso del psicoanálisis, la capacidad que tiene el sujeto de responsabilizarse de sus actos y de cambiar conductas. La revolución empieza dentro de uno mismo, pero la revolución es posible.

A pesar de estos diversos diagnósticos, coincidentes en denunciar la colonización capitalista del mundo de la vida, el mundo avanza y aquellas estructuras que parecían antaño sólidas y duraderas se pueden convertir en estatuas de barro superadas por una nueva fase histórica.

I. El pulpo cultural publicitario

El negocio de la contestación es lucrativo. Ser rebelde, con causa o sin, vende. Y mucho, ya se trate de Nirvana o Naomi Klein. Según Joseph Heath y Andrew Potter, autores de "Rebelarse vende" (2005), la rebelión contracultural se ha convertido en uno de los pilares del consumismo competitivo, tal como argumentan después de repasar los resultados conseguidos por múltiples movimientos contraculturales en las últimas décadas.

La cultura del consumo necesita reciclar y absorber todo tipo de discurso para dar satisfacción al imperio de la novedad. La disidencia no se encuentra exenta de este tipo de práctica de asimilación. Raúl Eguizábal (2007: 141) señala cómo "la publicidad trabaja sobre la cultura y lo que la caracteriza es su capacidad de apropiación, la *apropiación estratégica* de todos los hábitos, de todos los lenguajes, de todas las modas, de todas las formas artísticas. Todo se vuelve, en uno u otro momento, publicidad: el arte, la religión, la política, las tradiciones y las tendencias vanguardistas. A través de la publicidad, el ámbito de lo social se reacomoda para integrar cualquier movimiento, por muy avanzado, antisistema o antiglobalización que sea".

Para Luis Enrique Alonso (2005: 92), fue mayo del 68 el que al inaugurar la prohibición de prohibir y el derecho al placer, hizo saltar la capa protectora de control moral que hasta entonces encorsetaba el consumo, y reconcilió a los espíritus con lo "nuevo" y con lo "moderno". Los movimientos sociales pusieron sobre la agenda política una serie de temas que también reclamaban la atención del público. La autoestima y la autoexpresión, la estética y la satisfacción intelectual, la identidad y el sentido de

pertenencia, y la calidad de vida, eran algunas de las temáticas que demandaban respuestas por parte del poder. Estos valores "postmaterialistas" conmovieron de forma especial a las generaciones que alcanzaron la mayoría de edad en los 60 y después. No, por casualidad, la cultura promocional se hizo eco de estas latentes tendencias sociales, dando cabida a nuevos argumentos publicitarios más personalizados y más dirigidos a las capas interiores de las personas. A la nueva política de identidad le sucedió una publicidad que daba cabida a la autonomía y al individualismo, a la autorrealización y a la elección, a los riesgos e inseguridades de la vida social, como las catástrofes asociadas al medio ambiente y a la nueva sensibilidad ecológica.

Según explica Geoff Eley en "Un mundo que ganar. Historia de la izquierda en Europa, 1850-2000" (2003), las energías liberadas en 1968 reavivaron la democracia participativa y la acción directa; al tiempo que llevaban el desafío de la democracia a nuevos territorios de la vida personal, la cultura promocional se fue apropiando de muchos aspectos vinculados al mundo alternativo como, entre otros, los feminismos, la ecología, los festivales al aire libre, el multiculturalismo y el antiracismo. Dentro de las variadas ofertas del individualismo neoliberal, se difundió por entonces el estilo de vida alternativo, básicamente estético, con el valor añadido de diferenciarse de la corriente dominante.

En la obra "French Theory", un estudio sobre la influencia del pensamiento postestructuralista francés en los Estados Unidos, Francois Cusset (2005: 69-70) se hace eco también de las contradicciones de los movimientos radicales estudiantiles. Este autor comenta las transformaciones culturales producidas en los campus norteamericanos durante las décadas de los sesenta y setenta. Como tendencia propia de las dinámicas ideológicas del capitalismo tardío, se extiende el arte de la provocación benigna y de la disidencia lúdica. Incluso, la minoría de estudiantes más concienciados y politizados utilizan los signos exteriores de un rechazo ampliamente despolitizado: rastas, piercings, tatuajes, o la ropa deshinchada del desertor social. Pero provocar no es hacer política, afirma Cusset (2005).

Se produce un desfase entre las imposiciones del orden económico y la libertad de costumbres de los campus, así como entre el compromiso de la universidad con la educación general y su misión como preparación para la vida profesional. Este desfase, en determinadas circunstancias y en determinados estudiantes, puede evolucionar hacia el antagonismo conflictivo, hacia zonas fuera de la norma. Son jóvenes que se niegan a participar en el juego, pero son incapaces de escapar a su condición, o a la alineación de esos rebeldes virtuales atrapados en sus comportamientos marginales y en la despolitización ambiental.

El estilo rebelde de los 60 que en sus inicios supuso un desafío cultural para el sistema, acabó siendo asumido por la industria como una variante que enriquecía las ofertas de estilos de vida existentes. Irónicamente, Martin A. Lee y Bruce Shlain en "Sueños de ácido" (2002) comentan que el pelo largo, durante los 60 el símbolo de rebeldía más destacado, por lo menos entre los hombres, resultó ser un filón comercial para los peluqueros: veinte dólares por un corte de pelo y cualquier podría parecerse a su estrella de rock favorita. A finales de los 60 había tanta gente que se colocaba, que la identificación del consumo de drogas con formas más acusadas de disidencia política y cultural se hizo más débil. En lugar de ser las armas del enfrentamiento generacional, la marihuana y el LSD a menudo sirvieron de objetos de placer, artículos destinados a la buena vida, como los colchones de agua, los equipos de música, y muchos otros objetos dedicados al ocio.

1.1. La carrera por la distinción expresiva

Thorstein Veblen, en su obra clásica "Teoría de la clase ociosa" (1899), afirma que los culpables del consumismo son los consumistas. Pero, desde las sociedades primitivas, hay una competencia en el consumo y una voluntad de distinguirse de los demás. Fred Hirsch (1976) decía que había bienes materiales, necesarios para vivir, y posicionales, la cantidad de los cuales es fija y por los que se compete para conseguir la distinción. Por ejemplo, el estatus y el buen gusto. En este sentido, la rebelión contracultural se ha convertido en un importante símbolo de distinción. "Atrévete a ser diferente", como dice la publicidad. En los Estados Unidos, lo *cool*, esa actitud cultural vanguardista, alternativa y estilosa que consiste en ser aquello que no son los otros, compete con el rango social como símbolo de prestigio. Para Andrew Potter y Joseph Heath (2005), "la rebelión no supone una amenaza para el sistema, porque es el sistema", ese sistema capitalista que Joseph Schumpeter (1942) caracterizaba por la "destrucción creativa", que mantiene encendida la llama del capitalismo gracias a los continuos saltos adelante de estos movimientos diferenciadores.

David Brooks (2001: 122) escribe en un apartado titulado "Capitalistas contraculturales" de su libro 'Bobos en el paraíso' que "una de las ironías de la época reside en que el único espacio de la vida norteamericana donde el lenguaje radical de los sesenta sigue teniendo fuerza es el mundo de los negocios". Treinta años después de Woodstock, quienes abogan con mayor insistencia por la destrucción del estatus quo y el derrocamiento del *establishment* son gurús empresariales e importantes ejecutivos. El mismo autor añade que "es Burger King quien dice a Norteamérica: «A veces hay que quebrantar las reglas». Es Apple Computer quien se pierde por «Los locos. Los inadaptados. Los rebeldes. Los revolucionarios». Es Lucent Technologies quien adoptó la máxima «Nacido para ser salvaje». Es Nike quien echa mano del autor *beat* William S. Burroughs y de la canción de los Beatles «Revolution» como símbolos corporativos".

Por otra parte, el terror tampoco está reñido con el comercio y también puede ser objeto de apropiación estratégica. La lógica publicitaria es una lógica caníbal que puede llegar incluso a metabolizar a antiguos grupos armados, como se ha comprobado en Alemania con el caso del grupo ultraizquierdista Baader Meinhoff dando nombre a una marca de ropa. En China, los jóvenes urbanitas abrazan sin complejos una moda "retro" inspirada en los años sesenta. Utilizan la iconografía maoísta, los símbolos socialistas, como una reacción antioccidental y una muestra de irreverencia. Se trata de una modalidad de exhibición consumista protagonizada por una juventud sin complejos. Xulio Ríos (2009) explica cómo los símbolos *kitsch* socialistas ofrecen un nuevo motivo de inspiración a la moda china. Se utiliza los emblemas más característicos del régimen como simple aditivo estético. Los jóvenes consumidores chinos han aprendido bien la lección de sus homólogos occidentales en la búsqueda de una diferenciación en una sociedad regida por un asfixiante aparato de estado.

Para entender a la juventud disidente, Stuart Hall (1977) realizó hace décadas un estudio sobre el movimiento hippy, donde señala que el "underground generacional" ha estado trabajando una dialéctica que se mueve entre dos

extremos: el expresivo y el activista. El polo expresivo acentúa lo personal, psíquico, subjetivo, cultural, privado, estético o bohemio. El polo activista, en cambio, acentúa lo político, lo social, lo colectivo, el compromiso con la organización. El expresivo facilita a menudo el lenguaje a través del que se extrae el combustible subterráneo, anárquico, psíquico de la rebelión. El activista facilita la energía social, modeladora, organizadora, conductora.

El capitalismo de consumo tolera sin problemas el polo expresivo de diferentes subcultural como pueden ser los hippies, los punk o los skin. Se asocian a un discurso más bien estético, de la provocación por la provocación, ligado a veces al mundo de la moda con sus peinados y adornos y a la cultura de la noche, idónea para el carnaval y la máscara, epítomes expresivos. En cambio, el polo activista de estas corrientes culturales alternativas trata de diluirse o de esconderse conectado con iniciativas políticas y culturales vinculadas a movimientos anarquistas, antirracistas y de experimentación artística al margen de los cauces oficiales. En opinión de Guillaume Erner (2010: 45) "después de la ola punk, las modas dejarán de ser movimientos sociales para convertirse en puros fenómenos recreativos, a menudo indisociables de su dimensión comercial".

Cuando el capitalismo se ve obligado a responder a los puntos destacados por las críticas para tratar de neutralizarlos y ganar nuevos adeptos, aprovecha para integrar a manera de pulpo cultural valores que lo negaban. Como señalan Boltanski y Chiapello (2002: 73) "el efecto dinámico de la crítica sobre el espíritu del capitalismo pasa por el reforzamiento de las justificaciones y de los dispositivos asociados que, sin poner en cuestión el principio mismo de acumulación ni la exigencia de obtener beneficios, dan satisfacción parcial a la crítica e integran constricciones en el capitalismo que se corresponden con los puntos que preocupaban a la mayor parte de sus detractores". De esta guisa, el sistema tiene una notable capacidad de aculturación que se pone al servicio del proceso de acumulación con el objetivo que la lavadora cultural del capitalismo avanzado se adapte a las nuevas demandas sociales. En este sentido, las campañas de Benetton con los carteles de recién nacidos ensangrentados, con los enfermos de sida o con las camisetas agujereadas de soldados acribillados son paradigmáticas de la capacidad de la cultura comercial de adoptar métodos de guerrilla de la comunicación con una aplicación muy distinta de la original.

Jóvenes luciendo camisetas de Ramones y de los Sex Pistols, el Che Guevara convertido en un icono omnipresente de la selva comercial, la hoz y el martillo y la A anarquista como emblemas comerciales, y así multitud de ejemplos que prueban la poderosa capacidad de domesticación y de asimilación del aparato cultural capitalista. Los continuos *revival* tienen en la juventud una de sus clientelas predilectas. Se comercializa una línea de ropa rebelde que responde a un perfil de público amante de las marcas con iconos procedentes de la escena alternativa.

Con algunas marcas se produce una identificación subjetiva casi religiosa. Nos identificamos con los valores que son transferidos al producto. Acaban formando parte de nuestras vidas porque las vemos como portadoras de nuestras creencias e ilusiones. Las sentimos como una extensión de nuestra subjetividad. Las mercancías tienen una cara pública como transmisoras de valores sociales, estéticos, ideológicos, y al mismo tiempo tienen una dimensión privada como elementos conformadores de la identidad del ser humano.

Frente al rechazo que puede causar la publicidad entre consumidores críticos, los publicistas, como explica Vicente Verdú (2005), han buscado estrategias de complicidad ideológica. Los antiglobalización se han convertido en un segmento más del mercado a satisfacer. "Gap o Nike han ensayado estos métodos con eslóganes inspirados en las concentraciones de Seattle o Porto Alegre, y algunas agencias publicitarias se han decidido por propagar las marcas en una suerte de «guerrilla urbana», remedando las actuaciones de grupos subversivos que alteran la normalidad de la ciudad (V. Verdú, 2005). El anticapitalismo de salón o de concierto ha devenido una actitud *cool* al alcance de cualquier aspirante a entrar en el selecto club alternativo.

1.2. *La querencia por lo nuevo*

Posiblemente, el concepto de novedad sea el más importante en publicidad y clave para entender la modernidad. La pasión por lo nuevo forma parte de nuestra piel social, ya que está presente en todo tipo de producción cultural e industrial. Gilles Lipovetsky (2008: 114-118) afirma que la capacidad de "recuperación" del capitalismo es un tema que está sobre el tapete desde hace más de cuarenta años. Las sociedades liberales soportan muy bien las rebeliones. El pensador francés vincula el fenómeno de la oposición institucionalizada con el culto a la nuevo que es consustancial a la civilización moderna. Más allá de la lógica de la distinción entre lo simbólico y lo social, la disidencia cultural se relaciona con la novedad. Una sociedad del movimiento que todo lo absorbe necesita enseguida reintroducir lo nuevo sin cesar para alimentar sus mecanismos de reproducción cultural.

Según el sociólogo Colin Campbell (1987), durante siglos se había menospreciado la novedad asociada al cambio de las estructuras sociales. Con la desaparición de la sociedad tradicional y el advenimiento de la revolución industrial se difunde la pasión por la moda en la sociedad. El individuo consigue la posibilidad de dar forma simultáneamente a la colectividad y a su persona siguiendo sus deseos. Para Guillaume Erner (2010: 37) "esa necesidad compulsiva de novedad engendra apetitos inéditos; construye una nueva sociedad, la sociedad de las tendencias". Siguiendo el modelo de Madame Bovary, el hombre moderno se caracteriza por la infinitud de sus deseos, el espacio que separa permanentemente sus anhelos de sus posesiones verdaderas.

1.3. *Imaginario cultural y asimilación comercial*

Desde la invención del fenómeno de la mercancía, el objeto ha debido buscar unas nuevas formas de expresión de cara a construir una identidad propia que camufle su origen industrial y lo singularice respecto de sus competidores. Según explica Bruno Remaury en "Marcas y relatos" (2005), este movimiento de la marca hacia el relato se inicia en Estados Unidos, en la primera mitad del siglo XX, al nacer las premisas de una retórica del consumo de tipo postindustrial. Así, por ejemplo, encontramos Kellogg's y su mito de la América agrícola, y Levi's y su "leyenda" relacionada con la conquista del Oeste. Se trata de una estrategia de legitimación con la agregación de su discurso de marca con algunos de los grandes "relatos culturales", en este caso, los de los mitos fundadores americanos. La

conocida publicidad del hombre Marlboro puede ser otro caso paradigmático de confiscación del relato cultural por parte de la marca. La épica asociada a la conquista del Oeste con el héroe cowboy como gran protagonista de una hermosa vida solo al alcance de quien compra Marlboro.

En su estudio sobre la relación entre arte y publicidad, Juan Carlos Pérez Gaudi (2000) señala que cuando la publicidad empieza a adquirir identidad como un lenguaje propio y autónomo, el arte ya tiene elaborados un amplio repertorio de estereotipos iconográficos que le servirán de referencia. Por su parte, John Berger en su obra "Modos de ver" (2000) dedica el último capítulo a describir las semejanzas entre el arte y la publicidad. Diferentes imágenes publicitarias utilizan pinturas o esculturas para aumentar la seducción o la autoridad de sus mensajes. En algunos casos, hay imágenes que están directamente inspiradas en obras de arte del pasado a manera de pastiche de un cuadro famoso. En palabras de John Berger (2000: 155) "la publicidad necesita aprovecharse de la educación tradicional del espectador-comprador medio. Lo que aprendió en la escuela sobre historia, mitología y poesía puede utilizarse para fabricar fascinación. Puede venderse puros con el nombre de un rey, ropa interior referida a la Esfinge, un nuevo modelo de coche respaldado por el rango de una mansión rural".

Se trata de un tipo de lenguaje que recuerda al concepto de bricolaje introducido por Lévi-Strauss (1971) en su estudio sobre el "pensamiento salvaje". Se trata de un sistema total de signos compuesto por elementos heteróclitos que provienen de un repertorio ya existente. La cultura del consumo hace uso de todo tipo de repertorio cultural para la construcción de nuevos mensajes. A diferencia del *bricoleur* que posee un universo instrumental cerrado y un conjunto finito de herramientas y materiales, la cultura promocional está en permanente cambio y mutación buscando aquellos materiales aptos para el proyecto del momento. Es un sistema abierto y voraz, sus reglas de juego consisten en reelaborar a su antojo aquellos elementos que sean interesantes para sus fines como si fuera un ingeniero cultural que lo subordina todo a la obtención de nuevos materiales y herramientas. Si el universo del *bricoleur* está cerrado y sus reglas de juego consisten en arreglarse con los medios de abordo, el universo del consumo está en constante expansión y búsqueda de referentes.

La reelaboración de toda clase de referente cultural se encuentra descrito por Christian Salmon en "Storytelling" (2008) donde se analiza el "giro narrativo" de los teóricos del "management" para desarrollar una alianza entre la empresa y la literatura. Aparece en el mercado un libro como "Shakespeare on Management" (1999) que propone releer las tragedias de Shakespeare a fin de sacar de ellas modelos de liderazgo y lecciones prácticas para la gestión de recursos humanos. Otro caso señalado por Salmon es el libro "Fictions of Business" (1998) de Robert A. Brawer que relee los clásicos de la literatura norteamericana e inglesa buscando en los argumentos literarios fuentes de inspiración para la filosofía empresarial. La cultura comercial se ha convertido en la base de una nueva alfabetización cultural para nuestra sociedad. Los grandes temas de la imaginación, antes propiedad exclusiva de la provincia literaria, ahora han llegado a formar parte del continente publicitario como canon narrativo de la hipermodernidad.

2. Reflexiones finales

Con este artículo hemos tratado de mostrar cómo la apropiación mercantil de un lenguaje y una estética antisistema es un buen caso para analizar la construcción social de un nicho alternativo de venta, y de qué manera la lógica dominante económica copta y asimila todo lo que pueda ser susceptible de reciclaje e hibridación. Se constata que el uso de una iconografía y un lenguaje anticapitalista por parte del propio sistema no supone ninguna ruptura, sino que contribuye a que penetre más en nuestra sociedad el proceso de mercantilización. Como elemento compensador, se puede afirmar que amplía los márgenes de decisión y elección del consumidor.

Antiguos movimientos sociales se reconvierten en tendencia a medida que se despolitizan. La rebelión se limita a proponer una nueva estética, una música y unos atuendos diferentes desvinculada de todo discurso político transformador. Cuando el capitalismo de consumo ha dejado de tener un antagonista que amenace su hegemonía cultural, se puede permitir la licencia de absorber el polo expresivo de aquello que formaba parte de una cultura crítica que lo negaba de raíz y aspiraba a la construcción de un mundo diferente.

La semblanza de los objetos de consumo producidos a máquina y, al mismo tiempo, la apelación a la diferencia en tanto que representan alguna novedad, transforma lo existente en un doble de su modelo presuntamente mejorado y actualizado. La apelación a lo nuevo ha devenido en universal, así como su reverso, lo arcaico. De este modo, la cultura comercial utiliza todo tipo de imaginario cultural, también si es necesario el alternativo, para alimentar los engranajes de la oferta mercantil alimentando la quimera de lo no conocido.

Así pues, podemos afirmar que se aúnan dos fenómenos complementarios modeladores del uso que hace la cultura comercial de los discursos críticos. Por una parte, satisface la imperiosa necesidad que tiene la modernidad de lo nuevo como alimento de toda oferta mercantil y cultural vinculado a lo efímero y a lo inmediato; por otra, responde a la necesidad de diferenciación de los sujetos, especialmente de los jóvenes en búsqueda de una identidad. Como señala Francisco Vázquez (2005: 20) "hoy se puede decir que el régimen de producción se ha hecho cargo de la mercantilización de la diferencia; es capaz de adaptarse a las demandas de singularidad y a una pluralidad de estilos de vida que ya no rebaja y nivela sino que en cierto modo estimula".

Frente al sujeto serializado y en cadena de la sociedad industrial, en la hipermodernidad nos encontramos con un sujeto variable y flexible que busca en la afirmación estetizante su singularidad. Cuando más radical sea esta actitud, mayor será su autenticidad y su estilo. Como escribe Gilles Lipovetksy (2008), inspirándose en Spinoza, nada reducirá la pasión consumista, salvo la competencia de otras pasiones. Se desconoce si el anhelo de libertad y de luz que existe dentro de cada ser humano tiene suficiente espacio de realización dentro del ecosistema mercantil. En todo caso, el sistema de consumo deviene una apropiación singular del mundo que proporciona respuestas a las formas de individuación, incluidas las expresiones culturales del descontento.

Vocaciones

“Las vocaciones, don de la caridad de Dios”

-Mensaje para la XLIX Jornada Mundial de Oración por las Vocaciones-

Benedicto XVI

Queridos hermanos y hermanas,

La XLIX Jornada Mundial de Oración por las Vocaciones, que se celebrará el **29 de abril de 2012**, cuarto domingo de Pascua, nos invita a reflexionar sobre el tema: **Las vocaciones don de la caridad de Dios**.

La fuente de todo don perfecto es Dios Amor – Deus caritas est -: «quien permanece en el amor permanece en Dios y Dios en él» (1 Jn 4,16). La Sagrada Escritura narra la historia de este vínculo originario entre Dios y la humanidad, que precede a la misma creación. San Pablo, escribiendo a los cristianos de la ciudad de Éfeso, eleva un himno de gratitud y alabanza al Padre, el cual con infinita benevolencia dispone a lo largo de los siglos la realización de su plan universal de salvación, que es un designio de amor. En el Hijo Jesús – afirma el Apóstol- «nos eligió antes de la fundación del mundo para que fuésemos santos e irreprochables ante Él por el amor» (Ef 1,4). Somos amados por Dios incluso “antes” de venir a la existencia. Movido exclusivamente por su amor incondicional, él nos “creó de la nada” (cf. 2M 7,28) para llevarnos a la plena comunión con Él.

Lleno de gran estupor ante la obra de la providencia de Dios, el Salmista exclama: «Cuando contemplo el cielo, obra de tus dedos, la luna y las estrellas que has creado, ¿qué es el hombre para que te acuerdes de él, el ser humano, para que te cuides de él?» (Sal 8,4-5). La verdad profunda de nuestra existencia está, pues, encerrada en ese sorprendente misterio: toda criatura, en particular toda persona humana, es fruto de un pensamiento y de un acto de amor de Dios, amor inmenso, fiel, eterno (cf. Jr 31,3). El descubrimiento de esta realidad es lo que cambia verdaderamente nuestra vida en lo más hondo. En una célebre página de las Confesiones, san Agustín expresa con gran intensidad su descubrimiento de Dios, suma belleza y amor, un Dios que había estado siempre cerca de él, y al que al final le abrió la mente y el corazón para ser transformado: «¡Tarde te amé, Hermosura tan antigua y tan nueva, tarde te amé! Y tú estabas dentro de mí y yo afuera, y así por fuera te buscaba; y, deforme como era, me lanzaba sobre estas cosas hermosas que tú creaste. Tú estabas conmigo, más yo no estaba contigo. Reteníanme lejos de ti aquellas cosas que, si no estuviesen en ti, no existirían. Me llamaste y clamaste, y quebrantaste mi sordera; brillaste y resplandeciste, y curaste mi ceguera; exhalaste tu perfume, y lo aspiré, y ahora te anhelo; gusté de ti, y ahora siento hambre y sed de ti; me tocaste, y deseé con ansia la paz que procede de ti» (X, 27,38). Con estas imágenes, el Santo de Hipona intentaba describir el misterio inefable del encuentro con Dios, con su amor que transforma toda la existencia.

Se trata de un amor sin reservas que nos precede, nos sostiene y nos llama durante el camino de la vida y tiene su raíz en la absoluta gratuidad de Dios. Refiriéndose en concreto al ministerio sacerdotal, mi predecesor, el beato Juan Pablo II, afirmaba que «todo gesto ministerial, a la vez que lleva a amar y servir a la Iglesia, ayuda a madurar cada vez más en el amor y en el servicio a Jesucristo, Cabeza, Pastor y Esposo de la Iglesia; en un amor que se configura siempre como respuesta al amor precedente, libre y gratuito, de Dios en Cristo» (Exhort. ap. Pastores dabo vobis, 25). En efecto, toda vocación específica nace de la iniciativa de Dios; es don de la caridad de Dios. Él es quien da el “primer paso” y no como consecuencia de una bondad particular que encuentra en nosotros, sino en virtud de la presencia de su mismo amor «derramado en nuestros corazones por el Espíritu» (Rm 5,5).

En todo momento, en el origen de la llamada divina está la iniciativa del amor infinito de Dios, que se manifiesta plenamente en Jesucristo. Como escribí en mi primera encíclica *Deus caritas est*, «de hecho, Dios es visible de muchas maneras. En la historia de amor que nos narra la Biblia, Él sale a nuestro encuentro, trata de atraernos, llegando hasta la Última Cena, hasta el Corazón traspasado en la cruz, hasta las apariciones del Resucitado y las grandes obras mediante las que Él, por la acción de los Apóstoles, ha guiado el caminar de la Iglesia naciente. El Señor tampoco ha estado ausente en la historia sucesiva de la Iglesia: siempre viene a nuestro encuentro a través de los hombres en los que Él se refleja; mediante su Palabra, en los Sacramentos, especialmente la Eucaristía» (n. 17).

El amor de Dios permanece para siempre, es fiel a sí mismo, a la «palabra dada por mil generaciones» (Sal 105,8). Es preciso por tanto volver a anunciar, especialmente a las nuevas generaciones, la belleza cautivadora de ese amor divino, que precede y acompaña: es el resorte secreto, es la motivación que nunca falla, ni siquiera en las circunstancias más difíciles.

Queridos hermanos y hermanas, tenemos que abrir nuestra vida a este amor; cada día Jesucristo nos llama a la perfección del amor del Padre (cf. Mt 5,48). La grandeza de la vida cristiana consiste en efecto en amar “como” lo hace Dios; se trata de un amor que se manifiesta en el don total de sí mismo fiel y fecundo. San Juan de la Cruz, respondiendo a la priora del monasterio de Segovia, apenada por la dramática situación de suspensión en la que se encontraba el santo en aquellos años, la invita a actuar de acuerdo con Dios: «No piense

otra cosa sino que todo lo ordena Dios. Y donde no hay amor, ponga amor, y sacará amor» (Epistolario, 26).

En este terreno oblato, en la apertura al amor de Dios y como fruto de este amor, nacen y crecen todas las vocaciones. Y bebiendo de este manantial mediante la oración, con el trato frecuente con la Palabra y los Sacramentos, especialmente la Eucaristía, será posible vivir el amor al prójimo en el que se aprende a descubrir el rostro de Cristo Señor (cf. Mt 25,31-46). Para expresar el vínculo indisoluble que media entre estos “dos amores” – el amor a Dios y el amor al prójimo – que brotan de la misma fuente divina y a ella se orientan, el Papa san Gregorio Magno se sirve del ejemplo de la planta pequeña: «En el terreno de nuestro corazón, [Dios] ha plantado primero la raíz del amor a él y luego se ha desarrollado, como copa, el amor fraterno» (Moralium Libri, sive expositio in Librum B. Job, Lib. VII, cap. 24, 28; PL 75, 780D).

Estas dos expresiones del único amor divino han de ser vividas con especial intensidad y pureza de corazón por quienes se han decidido a emprender un camino de discernimiento vocacional en el ministerio sacerdotal y la vida consagrada; constituyen su elemento determinante. En efecto, el amor a Dios, del que los presbíteros y los religiosos se convierten en imágenes visibles – aunque siempre imperfectas – es la motivación de la respuesta a la llamada de especial consagración al Señor a través de la ordenación presbiteral o la profesión de los consejos evangélicos. La fuerza de la respuesta de san Pedro al divino Maestro: «Tú sabes que te quiero» (Jn 21,15), es el secreto de una existencia entregada y vivida en plenitud y, por esto, llena de profunda alegría.

La otra expresión concreta del amor, el amor al prójimo, sobre todo hacia los más necesitados y los que sufren, es el impulso decisivo que hace del sacerdote y de la persona consagrada alguien que suscita comunión entre la gente y un sembrador de esperanza. La relación de los consagrados, especialmente del sacerdote, con la comunidad cristiana es vital y llega a ser parte fundamental de su horizonte afectivo. A este respecto, al Santo Cura de Ars le gustaba repetir: «El sacerdote no es sacerdote para sí mismo; lo es para vosotros» (Le curé d’Ars. Sa pensée – Son cœur, Foi Vivante, 1966, p. 100).

Queridos Hermanos en el episcopado, queridos presbíteros, diáconos, consagrados y consagradas, catequistas, agentes de pastoral y todos los que os dedicáis a la educación de las nuevas generaciones, os exhorto con viva solicitud a prestar atención a todos los que en las comunidades parroquiales, las asociaciones y los movimientos advierten la manifestación de los signos de una llamada al sacerdocio o a una especial consagración. Es importante que se creen en la Iglesia las condiciones favorables para que puedan aflorar tantos “sí”, en respuesta generosa a la llamada del amor de Dios.

Será tarea de la pastoral vocacional ofrecer puntos de orientación para un camino fructífero. Un elemento central debe ser el amor a la Palabra de Dios, a través de una creciente familiaridad con la Sagrada Escritura y una oración personal y comunitaria atenta y constante, para ser capaces de sentir la llamada divina en medio de tantas voces que llenan la vida diaria. Pero, sobre todo, que la Eucaristía sea el “centro vital” de todo camino vocacional: es aquí donde el amor de Dios nos toca en el sacrificio de Cristo, expresión perfecta del amor, y es aquí donde aprendemos una y otra vez a vivir la «gran medida» del amor de Dios. Palabra, oración y Eucaristía son el tesoro precioso para comprender la belleza de una vida totalmente gastada por el Reino.

Deseo que las Iglesias locales, en todos sus estamentos, sean un “lugar” de discernimiento atento y de profunda verificación vocacional, ofreciendo a los jóvenes un sabio y vigoroso

acompañamiento espiritual. De esta manera, la comunidad cristiana se convierte ella misma en manifestación de la caridad de Dios que custodia en sí toda llamada. Esa dinámica, que responde a las instancias del mandamiento nuevo de Jesús, se puede llevar a cabo de manera elocuente y singular en las familias cristianas, cuyo amor es expresión del amor de Cristo que se entregó a sí mismo por su Iglesia (cf. Ef 5,32). En las familias, «comunidad de vida y de amor» (Gaudium et spes, 48), las nuevas generaciones pueden tener una admirable experiencia de este amor oblativo. Ellas, efectivamente, no sólo son el lugar privilegiado de la formación humana y cristiana, sino que pueden convertirse en «el primer y mejor seminario de la vocación a la vida de consagración al Reino de Dios» (Exhort. ap. Familiaris consortio, 53), haciendo descubrir, precisamente en el seno del hogar, la belleza e importancia del sacerdocio y de la vida consagrada. Los pastores y todos los fieles laicos han de colaborar siempre para que en la Iglesia se multipliquen esas «casas y escuelas de comunión» siguiendo el modelo de la Sagrada Familia de Nazaret, reflejo armonioso en la tierra de la vida de la Santísima Trinidad.

Con estos deseos, imparto de corazón la Bendición Apostólica a vosotros, Venerables Hermanos en el episcopado, a los sacerdotes, a los diáconos, a los religiosos, a las religiosas y a todos los fieles laicos, en particular a los jóvenes que con corazón dócil se ponen a la escucha de la voz de Dios, dispuestos a acogerla con adhesión generosa y fiel.

Vaticano, 18 de octubre de 2011.

La solana

Sencillez y claridad⁵

Piet van Breemen, sj

Ignacio enuncia como primera meta de sus *Ejercicios Espirituales* la ordenada «disposición de su vida». En la ancianidad resulta especialmente natural contemplar una vez más, de manera ordenada, toda la larga (o quizá no tan larga) vida de uno. Ceden el deber, la capacidad y también, así es de esperar, la ambición de llevar a cabo obras exteriores. Con ello se abre, más que antes, el camino hacia dentro. Muchas cosas superfluas desaparecen, con lo cual la mudanza a una vivienda más pequeña presta ya con frecuencia una ayuda exterior totalmente natural.

Quien hasta entonces no ha hecho testamento debe ahora afrontar esta delicada tarea, que siempre supone una difícil cuestión de relaciones y una confrontación consciente con la muerte. Pero también en la vida interior se quiere hacer tabla rasa. Así crece una sencillez que puede resultar muy bella y armoniosa. Hemingway cuenta que repasaba muchas veces la primera redacción de un manuscrito, sólo para tachar y suprimir. Así surgen textos tan vigorosos y densos como, por ejemplo, *El viejo y el mar*, que le valió el premio Nobel de Literatura.

Se presenta espontáneamente el deseo de mirar en conjunto la propia vida y hacer balance. Por supuesto, cada cual lo hará a su manera; pero dar respuesta a esta necesidad y dejar que se despliegue la síntesis de la vida resulta ciertamente liberador para todos y

⁵ *El arte de envejecer. La ancianidad como tarea espiritual*, Sal Terrae, Santander 2004, pp. 65-76.

favorece la vida de todos. Se plantea de nuevo la cuestión del sentido, y probablemente también de manera más insistente. Se intenta descubrir el hilo de la propia vida e integrar el pasado. Recuerdo una vez más la frase de C.G. Jung: «Sólo se cambia lo que se acepta». Los desengaños y traumas emergen y quieren ocupar el lugar que les corresponde, para dar fruto también ellos. En Dios no se pierde nada, sino que todo puede concurrir al bien (véase Rm 8, 28). En la contemplación tranquila, algunas cosas que se experimentaron como negativas se revelan ahora como una bendición encubierta, eso que los ingleses llaman a *blessing in disguise*.

Un texto de Isaías puede ofrecer el hilo conductor para esta consideración de la propia vida: «Ahora, así dice el Señor tu creador, Jacob, tu plasmador, Israel: "No temas, que yo te he rescatado, te he llamado por tu nombre. Tú eres mío"» (Is 43,1). Desde esta perspectiva, uno puede contemplar su vida y quizá incluso poner por escrito su historia y luego, tal vez, dársela a leer a un buen amigo. En la mayoría de los casos se da una gran necesidad de contar cosas de la propia vida a personas de confianza en un marco de armonía, y es una bendición tener la oportunidad de hacerlo.

Quisiera entrar algo más a fondo en dos puntos, a saber, el perdón que debemos a los demás y el perdón que nosotros mismos necesitamos.

Dar el perdón

Jesús insistió a menudo en que debemos perdonarnos unos a otros nuestras culpas. Llegó incluso a hacer de ello una súplica explosiva en el Padrenuestro: «Perdona nuestra ofensas, como también nosotros perdonamos a los que nos ofenden». Él, por su parte, perdonó a la gente su culpa y su pecado. Poco antes de su muerte en la cruz, no perdonó él mismo, sino que oró al Padre pidiendo: «Padre, perdónalos, porque no saben lo que hacen» (Lc 23,34). Con este ejemplo heroico corroboró lo que nos había enseñado.

Perdonar puede ser muy difícil. Respetemos el esfuerzo que nos cuesta ofrecer el perdón a nosotros mismos y a los demás. Intentar obligar a alguien al perdón es una contradicción intrínseca, y en modo alguno útil. No tenemos derecho a hacer tan mal uso del Evangelio. Tengamos también paciencia cuando nosotros mismos, o los demás, necesitamos mucho tiempo para madurar hasta el punto en que es posible el perdón. En este ámbito no cabe saltarse nada. Quien da un paso que todavía no es auténtico observará más tarde que el suelo que pisa no es firme. Ahora bien, esto no ha de ser una razón para no perdonar, sino para tomar en serio el perdón.

La necesidad de perdón es muy grande. La agresividad y la violencia de nuestro mundo aumentan. Se percibe en la televisión, en el tráfico, en los acontecimientos deportivos, en la escuela... El torrente de violencia debe ser desviado mediante el perdón. El papa Juan Pablo II no se cansa de insistir en que no puede haber paz sin justicia, ni justicia sin perdón. En la Pascua de 1960 escribió Dag Hammarskjöld en su diario: «El perdón rompe la cadena de las causas...». Sin perdón, permanecemos atrapados en el círculo vicioso de la violencia y la injusticia.

Me parece útil acabar con algunos malentendidos frecuentes:

- El perdón no es ilusa ingenuidad que todo lo embellece y que con su interpretación de la realidad escamotea el mal. Entonces ya no habría, en el fondo, nada que perdonar, y se rehuiría una difícil tarea.

- Perdonar no es una forma de represión que busca la propia tranquilidad y evita altercados con la injusticia. La represión nunca es una solución duradera para un problema. Expresar la cólera puede provocar conflicto y hostilidad. Pero tragarse la cólera y reprimirla también tiene su precio; puede conducir al agotamiento y la depresión. La cólera es un veneno: venenoso en su expresión incontrolada, pero también muy venenoso en su represión. El perdón hace frente al mal y lo aborda con coraje y sensatez.

- Perdonar no es olvidar. Una profunda injusticia que hemos padecido permanece almacenada en nuestra memoria, en nuestra psique, y a veces en nuestro cuerpo. La herida deja cicatrices que recuerdan lo que se nos hizo. Al perdonar no olvidamos, sino que recordamos de otra manera. Recordamos de una manera que no abriga ningún resentimiento y ninguna amargura y que ya no nos encadena a lo que nos hizo mal. El perdón abre un camino hacia el futuro, mientras que el resentimiento nos mantiene encerrados en el pasado malo.

- Perdonar no es una debilidad que no se atreve a afrontar la realidad y que carece de convicción y de auténtico compromiso. Todo lo contrario: el perdón es valeroso y exige mucha fuerza.

- Perdón no es lo mismo que impunidad. Aun cuando el autor del mal ya fuera castigado de manera justa ante un tribunal o en otro lugar, a la víctima le queda la tarea del perdón. Un castigo jurídico acontece «fuera», en el otro; el perdón acontece en el propio corazón. Y, al revés, perdonar a una persona su maldad no significa, sin más, renunciar a un castigo justo.

En los cursos sobre «Arte y ciencia del perdón» que se dan en algunas universidades estadounidenses, habitualmente se parte de la siguiente definición del perdón: «abandonar el resentimiento a que se tiene derecho», y con ello también el deseo de venganza y desquite. Se hace una distinción entre perdón y reconciliación. Esta última precisa al menos de dos personas, mientras que el primero es posible independientemente del contacto con el autor del mal. Puede haber casos en que sea mejor quedarse en el perdón y no aspirar a una reconciliación: por ejemplo, en el caso de una violación.

El perdón es difícil, pues algo en nuestra naturaleza desea aferrarse a nuestra herida y a nuestro (ilegítimo!) resentimiento, que para nosotros son como un tesoro precioso y oscuro. Podemos retirarnos a nuestra condición de heridos, asentarnos y aislarnos en

ella, y así cultivar nuestro resentimiento y nuestro dolor. Ello puede convertirse en una especie de adicción. Con la actitud de resentimiento se va extinguiendo continuamente algo en nosotros, como, por ejemplo, el humor, la espontaneidad, la energía, los sueños y el sentimiento de autoestima; y es seguro que también resulta perjudicial para la salud. El verdadero perdón nos arrebató este tesoro tenebroso y destructor que luego tampoco podemos utilizar ya contra los demás.

El perdón entraña madurar, pasando del estado de víctima pasiva, sin control sobre los sentimientos, a la comprensión de que nosotros mismos somos la fuente de nuestros sentimientos. El perdón es la comprensión lentamente desarrollada de que no podemos tener a las demás personas bajo control. El verdadero perdón es un gran reto, como un salto sobre la propia sombra. Cuando no se consigue, permanecemos en el desdoblamiento de la personalidad, nos quedamos a medio camino en nuestra vida según el Evangelio y en la vida de oración. Giramos en un círculo de repeticiones sin fin que a veces llegan a ser neuróticas. Llevamos con nosotros, como una carga opresiva y asfixiante, fracasos, fracasos, planes desbaratados, heridas en nuestro honor y en nuestra sensibilidad. Sólo con el perdón irrumpe algo verdaderamente nuevo en nuestro mundo. Surge entonces un ámbito de libertad en el que se puede seguir desarrollando la vida.

El perdón requiere fuerza; pero no perdonar malgastaría mucha energía vital y alegría de vivir. Poder perdonar es un alivio y una liberación. Normalmente, el perdón es un proceso largo. Primero se debe tomar la decisión consciente de querer lanzarse a dicho proceso. Después se necesita la paciencia para andar de hecho el camino del perdón. Me gusta compararlo con una espiral. En una espiral se avanza, pero sólo con un movimiento circular con el cual, en cada vuelta, se vuelve a pasar por el punto crítico. Allí se ve uno enfrentado al autor del mal y debe perdonarlo de nuevo una y otra vez.

No olvidemos nunca que todo este proceso es gracia. Por eso, quizá el mejor lugar para alcanzar este acto de perdón sea ponerse a los pies de un crucifijo, mirar a Jesús en la cruz, oír sus palabras –«Padre, perdónalos...»– y repetirlas una y otra vez.

Recibir el perdón

Si perdonar nos resulta arduo, está claro que Dios es el totalmente Otro, pues le gusta sobremanera perdonar. El profeta Miqueas se asombra ante la alegría que Dios encuentra en perdonar: «¿Qué Dios hay como tú, que encuentras alegría en ser misericordioso?» (Mi 7,18-20). Y el profeta Sofonías nos asegura: «Dios ha anulado el juicio contra ti... Te crea de nuevo con su amor... Está prendado de ti con alegría» (So 3,15-17, traducido por Martin Buber). Jesús lo dice de manera todavía mucho más clara y convincente. Cuando los fariseos y los escribas se indignan porque trata con publicanos y pecadores, Jesús cuenta tres parábolas: la de la oveja perdida, la de la dracma perdida y la del hijo perdido (Lc 15). Las tres tienen el mismo mensaje de fondo: la alegría de quien encuentra. Con ello esboza Jesús una imagen de su Padre. Antes había afirmado que «nadie sabe quién es el Padre, sino el Hijo y aquel a quien el Hijo se lo quiera revelar» (Lc 10,22). Precisamente esto es lo que quiere hacer en ese momento: revelamos al Padre. Con esta intención describe de manera viva e impresionante la alegría que el Padre encuentra en perdonar. ¡Así es nuestro Dios!

Una frase de Werner Bergengrün, en su breve novela *Der spanische Rosenstock*, me ayudó a

entender mejor el significado de las tres parábolas de Lc 15. Dice así: «Verdad es que el amor se pone a prueba en la fidelidad, pero se consume en el perdón». Dios es amor. Puesto que el amor se consume en el perdón, podemos decir que Dios es máximamente divino cuando perdona. Así, la alegría que Dios encuentra al perdonar resplandece para mí precisamente porque corresponde a su esencia más profunda. Dios tiene muchos nombres. Pero un nombre totalmente especial, estrechamente ligado al de «Yahvé», es «el Fiel». Un nombre significativo es también «el Misericordioso», es decir, el que permanece fiel a nosotros incluso en medio de nuestra culpa; aquel a quien le gusta ser clemente, en quien siempre hay perdón...

Seguramente no habrá nadie que a lo largo de su vida no haya vivido algunos episodios de los que se avergüenza y cuyo pensamiento y recuerdo le sean poco gratos. Fuera de Jesús y su madre, nadie vive perfectamente sin culpa. La culpa oprime a menudo gravemente a los seres humanos. Hoy, la *forma* de la culpa es a menudo distinta de la que adoptó en la mayor parte del siglo pasado. Se ha desarrollado una nueva conciencia de la injusticia y la culpa, que se rige menos por leyes y preceptos y más por la veracidad, la justicia y el trato cuidadoso con la naturaleza. Con esta conciencia de culpa, muchos se condenan duramente a sí mismos porque no viven conforme a la justicia. Lo que rezaba en su día el salmista sigue valiendo hoy: «A ti acude todo mortal a causa de sus culpas; nuestros delitos nos abruma, pero tú los perdonas» (Sal 65,3-4). Toda persona necesita perdón. Y la buena noticia es que Jesús nos abre el camino hasta el Padre misericordioso.

Jesús nos dice explícitamente que él ha venido «a llamar a los pecadores, no a los justos» (Mt 9,13). ¡Mala suerte para los justos! El ángel explica así a José el nombre de Jesús: «Él redimirá al pueblo de sus pecados» (Mt 1,21). El nombre expresa la identidad. Cuando Juan el Bautista presenta a Jesús, lo llama «el Cordero de Dios que quita el pecado del mundo» (Jn 1,29). De múltiples maneras se nos asegura que las personas con conciencia de culpa no deben tener ningún miedo ante Jesús; al contrario, él ha venido precisamente por ellas. Él perdona el pecado de manera compasiva, sin humillar. A la adúltera le dice: «¿Nadie te ha condenado?... Tampoco yo te condeno.

Vete, y en adelante no peques más» (Jn 8,10-11). Nunca es demasiado tarde. Al buen ladrón le dice en la última hora: «Hoy estarás conmigo en el paraíso» (Lc 23,43). Sí, en él hay redención copiosa.

El perdón es algo que uno no puede hacer por su cuenta. Hay que aceptarlo como un don. Y es que el ser humano es puramente receptivo. Ahora bien, éste no es un papel fácil para algunos, que quieren hacerlo todo por sí mismos. Pero en este momento no hay nada que *hacer*, sino muchísimo que recibir. Dios perdona de muchas maneras. Y éstas encuentran su punto culminante en el sacramento de la reconciliación, el don pascual del Señor resucitado a su Iglesia (Jn 20,22-23). Ya hemos insistido en que dar el perdón es un proceso largo. Ahora se puede decir, igualmente, que recibir el perdón requiere mucho tiempo. Cuesta mucho que este milagro se interiorice del todo y alcance el ápice del alma. En la tradición católica de los últimos siglos, por regla general, se ha desatendido la elaboración posterior de la confesión. Quizá se hacía demasiado hincapié en la preparación, pero *tras* la confesión éramos habitualmente demasiado rápidos. La elaboración posterior es igualmente un proceso, y dicho proceso sólo se lleva a cabo correctamente cuando uno también llega a perdonarse a sí mismo, es decir, cuando el perdón de Dios se ha desplegado completamente y nos ha abarcado del todo.

En la recepción del perdón de Dios hay una doble alegría. En primer lugar, la alegría del alivio.

Ésta es completamente natural y sana. A ella se añade, sin embargo, una alegría sobrenatural, a saber, una participación en la alegría con la que Dios perdona. Algo de esta alegría divina se derrama en nosotros, de la misma manera que el hijo perdido experimentó la alegría de su padre cuando éste lo abrazó de manera tan efusiva y con tanta alegría. Dicha alegría es como un bálsamo en el alma de todo el que ha padecido bajo su culpa. Dárnosla es algo que a Dios le gusta, y mucho.

En el don y la recepción del perdón tiene la vejez tareas importantes. Probablemente en ellas estriba nuestra contribución más importante a la claridad que necesitamos para recorrer con paz y confianza el último tramo del camino de nuestra vida. Sin duda, no hay camino mejor para prepararse al gran viaje que al final tendremos que emprender. El Señor nos dará una paz que el mundo no puede darnos.

El anaquel

Globalización y voluntariado: construir una sociedad desde los valores del voluntariado⁶

Víctor Renes Ayala
Emilio López Salas

I. El texto en el contexto

Este artículo no trata del voluntariado y su definición, como en un abstracto, pues hay suficientes referencias para ello. Su pretensión es establecer un diálogo sobre el voluntariado en el contexto actual. Voluntariado y sociedad actual o, quizá mejor, sociedad actual, «globalizada», y voluntariado; un diálogo urgente e imprescindible. Más allá del origen del voluntariado y de su acción en las necesidades y carencias, el voluntariado está hoy confrontado con un nuevo contexto que tiene una nueva conciencia.

Es un contexto que no tiene el voluntariado como un referente de la sociedad, o sea, cuyos valores configuran las relaciones sociales y las estructuras sociales, de las pautas y valores que estructuran la cultura social y de los estilos de vida personales, grupales, comunitarios, societales. Lo que no quiere decir que se le desconozca, o no se le reconozca, incluso que se le demande y se reclame su presencia ante problemas y urgencias de las que se le quiere «encargar».

⁶ «Documentación Social» 160 (2011) 73-89.

Para acercarnos al diálogo entre sociedad globalizada y voluntariado empezaremos por resaltar dos grandes dimensiones de la actual sociedad globalizada.

La primera dimensión nos sitúa ante la complejidad como estructura del propio proceso social gobernado por la globalización.

Podemos empezar destacando, como característica de nuestro mundo, la proclamación de los derechos como pretendida seña de identidad de nuestra sociedad. Pero la relación entre la proclamación de los derechos y el ejercicio de los mismos pone en cuestión la capacidad de los sujetos y las condiciones de ejercicio de los mismos. Difícilmente van unidas la recurrencia a los derechos económicos, sociales y culturales, y las graves carencias personales, comunitarias y sociales, es decir, estructurales. La relación entre sujetos y derechos, en un contexto de importantes déficits, y las condiciones de ejercicio como «sujetos de derechos», está quedando cada vez más invisibilizada en nuestra sociedad globalizada.

Por otra parte, la realización de los sujetos y de su autonomía personal, en un contexto de pérdida de vínculos sociales, está constituyendo una característica de una sociedad «individualizada», donde no solo no tiene correlación con el reforzamiento de lazos y vínculos, sino que «la presencia del otro» es una presencia intrigante, soslayada en la media de lo posible. De donde la dimensión societal está pasando a ser considerada como una dimensión instrumental a la hegemonía del individuo.

Una y otra característica se retroalimentan. Por ello, la realización de la primera (sujetos/derechos) y el debilitamiento de la otra (fragilización de los vínculos), están frenando o, quizá, revertiendo los pasos que en la sociedad habíamos ido dando sobre su relación con la ciudadanía. En un contexto de inseguridad, la ciudadanía se cuestiona, se acota, se restringe desde referencias y valores de negación como mecanismo de afirmación de los que disfrutaban de los beneficios de la globalización.

La segunda dimensión nos sitúa ante la inasibilidad del proceso de globalización, pues la globalización que nos sitúa ante procesos inasibles, fines y resultados no lineales, vínculos y relaciones interdependientes que invisibilizan las responsabilidades, y todos ellos en un contexto de múltiples dimensiones que se nos escapan —«alienum»— y al mismo tiempo nos (super) controlan.

Cierto que la globalización nos pone en presencia de grandes y graves emergencias, con características a veces de desastre mundial, incluyendo el hambre, la pobreza, la muerte. Pero no solo no se desvela la interconexión con formas de vida, de poder, de riqueza, de tener y de ser, sino que al mismo tiempo quedan ocultas a las conexiones que nos permitirían entender las estructuras, la cultura y los valores y estilo de vida generadoras de esas situaciones cuyas dimensiones son abrumadoras, como sabemos.

Hemos asistido, recientemente, a cómo se nos ha desvelado la interconexión de la crisis financiero-económica con las decisiones, estructuras y formas de vida que promovieron la especulación que la generó. Pero, al mismo tiempo, se nos ocultan las conexiones de todo ello con las decisiones adoptadas para hacer frente a esas causas. Y más, pues se están adoptando e imponiendo medidas que suponen un claro, y grave, retroceso social augurando un cambio de modelo de sociedad que se nos plantea, y así se realiza, como imprescindible para salir de la crisis. Proceso inasible, opaco, cuyos fines no se compadecen con los medios que se instrumentan, ni con las causas que debían resolver, ni con los efectos de larga duración que están generando.

Nuevo contexto, pues, para un «necesario» texto, el que el voluntariado escribe, lee y realiza, no con palabras, sino con su acción. Porque es el contexto en el que la acción voluntaria, que no acude simplemente al socorro de las víctimas ya que esto siempre «va de suyo» en la acción voluntaria, debe crear y recrear su sentido y significado como portador de un nuevo mensaje de sociedad. Y ello, por una simple pero contundente razón. Porque el voluntariado siempre es una relación entre personas, de persona con persona, y eso solo es posible y viable si es una relación «en la dignidad» de la persona, de todas las personas. El contexto actual no es, pues, una simple circunstancia para el texto, para el voluntariado.

Y no lo es solo en cuanto al contenido y estructura de su aportación voluntaria, que no puede ser otra que la de la acción voluntaria como realización práctica de lo que constituye el contenido y la estructura de su acción; o sea, la perseverante reclamación de garantías para el ejercicio de los derechos, para la construcción de las condiciones (macro, micro) de acceso a los derechos, para la exigencia de un desarrollo social incluyente que supere la falsa reducción del desarrollo de las personas al crecimiento económico medido por el PIB.

No solo por eso, sino también en cuanto a su método y al proceso de trabajo, pues el destinatario de la acción voluntaria no es ni un beneficiario, ni un usuario, ni un cliente, sino sujeto cuya dignidad no es un resultado sino un supuesto desde el que hay que plantearse conseguir los fines y objetivos que en cada caso se señalen. Cualquiera que sea la visión del voluntariado, o de sus acciones, o de sus propuestas, deberán confrontarse con estos dos parámetros: el contexto de globalización no es un instrumento de intercambio que invisibiliza y hace inasible la dignidad de las personas reducidas al precio de las cosas; el sujeto de la acción es el diálogo entre personas, el voluntariado y los sujetos de los derechos.

2. Necesidades y voluntariado

Plantear necesidades y voluntariado no debe confundirse con reclamar la presencia del voluntariado «dados los fallos del mercado» y las «insuficiencias del Estado». Y no hay duda de que el voluntariado está ahí. Pero ni está para eso, ni eso es lo que le da sentido. No debería confundirse que la acción voluntaria no pone condiciones en su relación de ayuda con las personas y, por lo mismo, no se hace indoloro ante los efectos y defectos de las responsabilidades de otros, con la concepción de que «para eso está el voluntariado». En tal caso, lo que la acción voluntaria pone en evidencia son las negligencias del mercado que no puede justificar como simples fallos, y la negligencia del Estado que no puede defender como inexorable.

El voluntariado es «desvelador, revelador y defensor de la dignidad de las

xpersonas». La acción voluntaria es una acción «en, desde, con y por» la dignidad de las personas. Por ello, su relación con las necesidades es una relación con las necesidades implicadas en el proceso de ser-personas-en- dignidad en la sociedad globalizada. Y para bien entender y comprender lo que esto significa, conviene precisar que las necesidades con las que el voluntariado se confronta no son puramente las de la integración sistémica, sino antes bien las de la integración social^{III}. Los elementos fundamentales de la integración sistémica hacen referencia al rol de los sujetos como ciudadanos ante el estado, y como consumidores

ante el mercado. Reducida a estos parámetros, la integración deja de lado la relación de los mundos vitales con esta doble pero unificada relación.

Es decir, la integración social implica una acción no reduccionista. La discusión acerca de los que genéricamente se denominan los «mundos vitales»¹⁴, la «vinculación social»¹⁵, deja de ser un elemento puramente motivacional y voluntarista, y pasa a ser un elemento que objetiva la consecución de mayores niveles de integración social. La discusión de la vinculación social es, pues, una discusión de la propia calidad de las relaciones sociales como eje clave para la integración social. La integración social exige una lógica social, o sea, no se produce sino como construcción de un proyecto de vida autónomo que articula el acceso a los bienes y servicios con los elementos de reconocimiento social, capacidad de ser sujetos autónomos y la participación en los diversos ámbitos de la sociedad.

Así entendida la integración, el voluntariado y la acción voluntaria están confrontados con un reto importante en una sociedad globalizada. En esta sociedad, todo parece reducirse a hacer frente a las necesidades de la integración sistémica, razón por la que se le reclama al voluntariado su presencia cuando las condiciones para ella genera necesidades que se consideran debe resolver el individuo adecuándose a las condiciones del mercado y del estado. Pero sin asumir que la integración social ni se puede reducir a ellas ni puede quedar «para cuando sea posible».

Aquí es donde se está produciendo el reto crítico para un voluntariado acorde a su ser, es decir, acorde al reto de la «dignidad de la persona». Y en este contexto, el voluntariado está urgido a hacer frente a estas necesidades como las necesidades emergentes de mayor calado y mayor exigencia, pero al mismo tiempo de mayor significado para la defensa y la promoción de la dignidad de las personas. Su campo de acción no puede ser acotado, como no es posible poner puertas al campo; pero la tarea a realizar en los diversos campos de acción debe estar confrontada con los problemas de la integración social; es decir, con la debilidad de los mundos vitales por pérdida de sentido de los vínculos sociales, con la fragilidad de los valores sociales por la pérdida del «otro» como referente de la relación societal, por el déficit de enraizamiento social que todo ello genera.

Sociedad globalizada, necesidades de integración sistémica y de integración social, todo ello nos ha ido poniendo delante del sentido y de los valores como cuestiones fundamentales en las que el voluntariado tiene significado. Debemos desvelar, pues, los valores que configuran nuestro modelo social ante los que se confrontan los valores de los que el voluntariado es portador.

3. Valores que configuran. El actual modelo social

Vamos a fijarnos en tres valores que funcionan a modo de tres axiomas configuradores del orden social.

3.1. Más es igual a mejor

Un primer punto a considerar en nuestra construcción de los paradigmas de nuestras sociedades es la centralidad de la cantidad (del crecimiento, del «quantum», del crecimiento de lo cuantitativo, de lo económico, del PIB). Con ello, ha quedado desplazada la centralidad de la persona, de sus necesidades, de sus capacidades y potencialidades y el desarrollo se ha

visto reducido al crecimiento económico.

Este modelo de crecimiento ha provocado que se haya transitado a una sociedad centrada en el individualismo, el consumo y la persona como objeto para la producción.

Pero este crecimiento económico ha sido desigual, no ha posibilitado la redistribución de la riqueza de una forma justa y equitativa y, con ello, ha quedado trasmutada la propia concepción de la sociedad y del bien común que debería ser la finalidad de un desarrollo integral.

En nuestra sociedad el crecimiento se ha convertido en el parámetro fundamental, según el axioma de que más es igual a mejor. De modo que la cantidad es la que valida la calidad y a ello se debe sacrificar lo demás. Crecimiento_ que, sin otra lógica, se identifica con bienestar.

Es la realización del axioma dominante en la «sociedad del crecimiento» de que *más es igual a mejor*.

Según esto, *¿qué valor posee el sujeto?*

Un modelo de sociedad identificada con el crecimiento económico como paradigma social y con la apropiación individual del crecimiento (cuya manifestación tipológica es el «consumismo»), *identifica necesidad con deseo*, y éste con la posesión que ahoga todo proyecto de satisfacción que no se resuelva en lo inmediato.

Como fenómeno social, toma forma de propuesta en la objetivación de las decisiones en los propios deseos. Como categoría cultural, identifica el fragmento con lo real.

Lógicamente, la ética individualista y neodarwinista encaja bien, así como la ética calvinista del éxito, *por lo que el pobre ---el que no llega— el excluido, es el autorresponsable. Y de ahí, ya, el culpable.*

3.2. El precio como la medida del valor

En este modelo de sociedad, incluso la vida de cada individuo tiene un valor mercantil; es decir, cuando todo se mide y se cuantifica por su valor económico esto mismo se acaba aplicando a la valoración de lo que merece o no merece la pena que el ser humano dedique sus energías. Lo que explica que el precio, no el valor, sea el patrón de referencia a la hora de tomar las decisiones.

Todo lo que no es validado por el mercado, por su productividad, por su rentabilidad y competitividad, debe ser rechazado. De ahí deviene la concurrencia como el valor fundamental. Y eso sin límite; o sea, si la competitividad necesaria para ser validada por el mercado se basa en expolios de la naturaleza o en la explotación de las personas, no se considera como cuestión relevante.

La cuestión es la prevalencia ante el resto de «oponentes» o competidores en el mercado. Y esto queda legitimado por su contribución al PIB, es decir, al crecimiento y, desde ahí, al bienestar. Por lo que el bienestar queda significativamente reducido a los elementos mensurables y, finalmente, a su precio. Sin que se considere necesario que haya que contabilizar todos los destrozos realizados para ello como des-economías, como no-bienestar.

Todo esto se confronta con un problema de fondo, la inversión de la relación entre las personas y las cosas; por lo que se relega la cuestión de las garantías de los derechos

económicos y sociales, como principios rectores de las decisiones económicas. Y se cumple el segundo axioma: *el precio es la medida del valor*.

Según esto, *¿qué valor posee el sujeto?*

En la sociedad de la mercancía, todos quedamos igualados en el consumo, quedando velada cualquier otra situación, pues el consumo está desligado de la base y condición en que se asienta la persona o los grupos sociales, quedando todos reconvertidos en un atomismo individual.

Como fenómeno social hace desaparecer toda dialéctica entre ser y tener: unos no son por tener otros lo suyo. Lógicamente esto encaja bien con la ética de la «celebración» de la acumulación y de la «celebración» (goce-disfrute) de lo inmediato, pues se produce una identificación de la posesión y del consumo con el ser, por lo que «tener» es el sustantivo que atomiza y anula el «ser», que queda como el adjetivo intrascendente. *Por lo que el pobre es el perdedor, el que se debe construir bajo negaciones*.

3.3. Sin sujeto social

Esto da de sí una sociedad que no da valor a los bienes relacionales, «porque no tienen precio» para ser puestos en el mercado, que es lo que adjudica el valor. Por lo tanto, el que marca las opciones de lo que vale o no vale es el mercado. Lo que nos lleva a una sociedad «sin sujeto», pues el mercado intercambia objetos. Desaparece con ello cualquier «intangibles» sin cuya aportación no puede haber sociedad.

Identificando crecimiento con bienestar, la cuestión es quién es el sujeto social. Y la respuesta es, sistemática y metódicamente, el individuo. El individuo, sin ninguna connotación a «los otros», es lo único que se considera real; el resto se considera fabulaciones. Por sí mismo, el individualismo sospecha de los demás como de potenciales enemigos de «su» bienestar. Lo que no es sino la traducción social y cultural de la concurrencia como ley básica de la economía, trasladada a ley de la sociedad. Esto constituye el tercer axioma: *el mercado es el constituyente de la relación societal*.

Según esto, *¿qué valor posee el sujeto?*

En el Mercado no aparece la dimensión social, y por ello solidaria, puesto que absolutiza el fin con lo inmediato, la sociedad con la posesión, en el que no hay lugar ni cabida para trascender hacia el «otro», el diferente, que aparece como el potencial disputador del beneficio, del bienestar que el individuo ha alcanzado.

Como fenómeno social legitima la fuerza de los «grandes» que quedan consagrados como los imprescindibles dinamizadores de la sociedad, pues su capacidad de consumo queda «bendecida» como otor generador de riqueza. Como categoría cultural al no haber proceso, no hay esperanza. La incapacitación para la dimensión social y la no contemplación de la esperanza en su horizonte cultural, impide la relación con el tú como parte del propio yo, y «cierra» la trascendencia al «OTRO» como fundante del «nosotros». Lógicamente esto encaja bien con la ética del poder, pues es lo que me garantiza lo inmediato, desde lo que poder ser. Por lo que el pobre es el que crea la inseguridad ante el que defenderse.

4. Sociedad, valores y voluntariado

¿Qué valores promueve y aporta el voluntariado? En noviembre del año 2000, la Plataforma del Voluntariado en España, aprobó el Código Ético de las Organizaciones de Voluntariado". Su intención es ser un marco de sentido a las organizaciones de voluntariado, un lugar de encuentro y de interrelación, y un espacio de reconocimiento mutuo. Tres son los principios que sustentan a las organizaciones de voluntariado y al propio voluntariado: la dignidad de la persona, la justicia social y la responsabilidad. De mano de estos principios podemos responder a la pregunta de qué valores aporta el voluntariado para construir una sociedad justa, digna y responsable.

4.1. Dignidad, justicia social y responsabilidad

Como señala Adela Cortina es una «tarea ardua ligar individualismo y la presunta solidaridad» y, más aún, en un contexto en el que los axiomas dominantes relegan lo social y lo colectivo.

El voluntariado afirma y se reafirma en *la dignidad de la persona como imperativo ineludible*, independientemente de su condición y de su situación; las personas nunca pueden ser objeto de mercancía, y se confronta con el axioma de que «más es igual a mejor», pues la dignidad no se sustenta en la cantidad. El voluntariado no hace acepción de personas, y reconoce en cada una un principio unificador que las dignifica y pone en valor, independientemente de sus historias de vida.

El voluntariado entiende *la justicia como defensa de los más débiles*, de los derechos de las personas que ven más vulnerados sus derechos y se encuentran más violentados en su dignidad. La justicia que representa el voluntariado va más allá del mero reparto equitativo, sino que parte de un criterio de justicia social.

Estos dos principios conducen inevitablemente al voluntariado al compromiso y a dar respuesta a las necesidades de un mundo injusto, un compromiso responsable que da respuesta desde el servicio, pero que también se debe anticipar a la realidad de injusticia. Como señala Luis Aranguren, «más que un paliativo, el voluntariado debe tejer sus redes como generadora de una cierta cultura de la prevención de riesgos».

4.2. Gratuidad

Frente al axioma «el precio es la media del valor», el voluntariado en su propia acción afirma y valida que la persona «tiene valor y no precio». Al Valorar «por sí» (no por otro motivo) a las personas, el voluntariado les da valor; mejor dicho, es el valor de la persona el constituyente de la relación voluntariado-persona. La cuestión que pone en juego el voluntariado es, pues, ¿quién valora «por sí»? La gratuidad del voluntariado contrasta con la necesidad de nuestra sociedad de poner precio a todas las cosas, incluso a las personas.

Es decisivo recomprender la relación valor-precio, pues de lo contrario no se distinguirá la acción voluntariado del servicio que la persona que lo recibe paga con un precio, ni del precio (sea éste el que sea) que cobra el que da el servicio. Al no haber precio (gratuidad como valor que constituye la propia relación como tal), solo existe el valor de la persona. Esto es lo que el voluntariado pone en juego en su acción y en su relación de ayuda, o sea, el valor de la persona «por sí», que es lo que hace posible una relación en

dignidad. Sin ello no hay voluntariado. La gratuidad parte del reconocimiento del otro, de sentirnos ligados y que por ello estamos obligados. «Es el descubrimiento de ese vínculo misterioso el que lleva a compartir lo que no puede exigirse como un derecho ni darse como un deber, por que entra en el ancho camino de la gratuidad».

En este sentido, debemos atender al aviso de Antonio Machado: “todo necio confunde valor y precio. «Frente al mercantilismo donde todo se compra y se vende, donde todo tiene un precio, donde todo se hace por interés, propone la gratuidad, porque las cosas esenciales de la vida no se pueden comprar con dinero., se reciben gratuitamente..., se ofrecen gratuitamente»”.

4.3. Responsabilidad por el otro

Tanto la responsabilidad entendida como *servicio* que da respuesta a un mundo injusto, desde un nosotros y no desde la individualidad, como entendida como *anticipación* que va tejiendo redes que prevengan actuaciones futuras.

Frente a «una sociedad sin sujeto», la responsabilidad es causa y consecuencia del reconocimiento, y supone que «el otro» no es un objeto, sino sujeto constructor de relaciones y de procesos de transformación personal y social. En la construcción de sociedad, las personas son validadas como sujetos, no como objetos. «El otro» es reconocido como diferente, pero diferente en igualdad de dignidad y, por ello, no es objeto de discriminación, expolio o rechazo. Se trata del anverso de considerar la concurrencia de mercado como ley de sociedad, pues en la relación societal que el voluntariado promueve son los bienes relacionales los que toman la primacía. Y esos bienes no tienen traducción a precio regulados por el intercambio mercantil. Pero son bienes imprescindibles para la cohesión y la justicia social, pues son los bienes de la reciprocidad, del reconocimiento y de la redistribución.

No se trata de que el voluntariado no resuelva situaciones, demandas, incluso carencias. La cuestión está en que así no se construye sociedad, pues la cuestión está en la constitución de sujetos, no en la circulación de productos. Y en la sociedad «sin sujeto», es una cuestión crítica la desaparición de la base social, o sea, sin la responsabilidad de la propia sociedad de lo que en ella misma acontece. Sin esa responsabilidad, la sola y pura profesionalización de la acción social no es vehículo suficiente para el ejercicio de valores solidarios y de bienes relacionales. Por ello, la cuestión no está en si el voluntariado resuelve o no las necesidades sociales, sino cómo.

En el tejido social, mejor, en el «tejer social», el voluntariado no es el nudo de la red social, es decir, no es el equipamiento, el servicio prestado o la propia prestación, el bien que se dona, etc. No es ajeno a todo ello, y a su necesidad, exigencia, accesibilidad, alcance, etc. Pero no es tanto lo que en la sociedad aparece como más consistente, que suelen ser los bienes materiales. Antes bien, es «el hilo tejido entre los nudos» (lo aparentemente inconsistente, aun invisible) que da consistencia y sentido a los nudos de la red; y, por ende, a la propia red. El voluntariado es la subjetividad del «entre» sin objetos de intercambio.

4.4. El voluntariado un agente – en – red

Ciertamente el voluntariado es —puede y deber ser— portador de estos valores.

Pero esto sólo es realidad si se verifica en la acción, en la práctica de la acción voluntaria. Y esto es tanto más exigido porque los demás agentes, desde roles, funciones y responsabilidades diferentes que les identifica como otro tipo de agentes, también pueden ser portadores de estos valores. Por tanto, el voluntariado solo actúa adecuadamente si es un agente en red; lo que, por otra parte, no es opcional, pues no se puede no estar en red porque así es la realidad, una red de relaciones.

De esto se trata, de que el voluntariado sea capaz de aportar su propio valor añadido en la tarea común y compartida de una sociedad que se hace cargo de sí misma encargándose de sus realidades. Lo que plantea, necesariamente, que el voluntariado es una manifestación cualificada de la participación ciudadana que no es privativa de ningún agente, sino que es —debe ser—estructural, o sea, definitoria del modelo de sociedad. El voluntariado se entiende así como una forma de participación, pero no la única, ni realizada desde el solipsismo ni desde la prepotencia, sino justamente lo contrario.

La participación supone que el otro no es un objeto, sino sujeto constructor de relaciones y de procesos de transformación personal y social. «La participación es un deber que todos han de cumplir conscientemente, en modo responsable y con vistas al bien común». La participación es una necesidad de la persona que afecta a sus dimensiones humana, social y política. Significa la posibilidad y capacidad creciente de intervenir en la identificación de problemas y prioridades, en la definición de objetivos, en la planificación de las acciones, en la ejecución y gestión y en la evaluación. La participación supone *ser parte* en la sociedad civil, donde todos tenemos responsabilidades, y *ser parte* en los lugares y en los órganos de poder político donde se adoptan las decisiones.

5. Sentido y significados del voluntariado

Hemos abierto el problema. En una sociedad globalizada el voluntariado hace visible al «otro» como «sujeto de derechos en dignidad», en un contexto de debilitamiento de los vínculos sociales. Su acción es una acción que se confronta con el reforzamiento de los vínculos societales, la promoción de valores sociales que potencien los mundos vitales, en el proceso de ser personas en dignidad. Los valores que pone en acción generan espacios de sentido y de reconocimiento de las personas como sujetos y ponen bases firmes para una sociedad más humanizada.

Estamos en condiciones, por lo tanto, de dar cuenta, de explicar, incluso de «exigir» el voluntariado, la acción voluntaria y la presencia de voluntarios y voluntarias en la sociedad.

5.1. El voluntariado es «comunidad en acción»

Empecemos entonces por cuestionarnos: si hablamos de voluntariado, por ello mismo hablamos de voluntario, libre, no obligado. Pero entonces vale la siguiente pregunta: ¿por qué no se queda en puro ejercicio individual y, por ello, «no vinculado» al sentido social, o sea, con un significado que no trasciende a las relaciones sociales?

Explicar, pues, el voluntariado hace ineludible la pregunta *por el sentido*: ¿es el voluntariado un «fenómeno individual o social»? Empezamos a sospechar que esta disyuntiva deja de ser tal cuando afirmamos que un aumento o una disminución del ejercicio voluntario, significa «algo

socialmente hablando». Por lo que parece que se trata de un fenómeno de compromiso individual que, sin embargo, como tal nos está diciendo mucho de la sociedad.

¿De dónde deviene ese «algo socialmente hablando»? De que el voluntariado responde a una determinada obligación. Y esto hay que destacarlo, y destacarlo con mucho fuerza. Pero, evidentemente, exige aclarar esa dialógica entre libre y obligado. ¿Se trata de una obligación legal? No. Esa, en tal caso, corresponde a los poderes públicos consecuentes con lo que las leyes determinan. Ni tampoco es una obligación de otras leyes, como las así denominadas «leyes del mercado», ni deviene del interés crematístico.

¿Se trata de algo que podríamos denominar «obligación moral»? Según entendamos de qué estamos hablando. Porque quizá el concepto no sea el de «obligación», sino el de la «calidad moral». Lo que quiere decir que el voluntariado sería un «señalador» (un indicador) de la «calidad moral» de una sociedad, aunque no el único. ¿Por qué? Pues porque «identifica» la *respuesta* a la pregunta ineludible que la propia sociedad lleva impresa en su propio hecho de ser sociedad, a saber: **qué sociedad quieres ser**. Y la sociedad debe responderla, y no puede no responderla. Y en ese «quieres ser», hay una opción, una elección; y cuando hay opciones y elecciones hay ejercicio libre de decisión; y cuando hay decisiones hay responsabilidad; y cuando hay responsabilidad hay moral.

Por ello hay en la sociedad diversos hechos que expresan, manifiestan, reflejan, la opción que se toma, los compromisos que se asumen o no se asumen, etc. Así lo reflejan bien los «valores» sociales vigentes en la sociedad globalizada, y de forma contrapuesta los «valores» que el voluntariado promueve y aporta. Y todo ello es opción, decisión, compromiso «social», aunque no devengan de la obligación legal.

Por tanto, en el voluntariado, ¿qué es lo que anda en juego? Ni más ni menos que la capacidad de una sociedad de «hacerse cargo de sí misma» nos indica, pues, qué conciencia, qué decisión, qué calidad moral tiene haciéndose o no haciéndose cargo de sí misma: de lo que sus estructuras y procesos no integran; de lo que las biografías personales no logran; de su cohesión y de su justicia social.

Cierto que dado esto, el voluntariado no es el único agente que debe responder por ello. Incluso hay aspectos, y no pocos, de los que el voluntariado no es el principal actor que debería «hacerse cargo de ellos». Pero lo que sí está claro es que si el voluntariado significa algo, es eso lo que significa. O sea, **el voluntariado** es expresión —o eso es lo que debe o debería ser— **de una sociedad que se hace cargo de sí misma, a través de hacerse cargo de sus fracturas sociales**. El voluntariado es como un vehículo de alcance del compromiso de la comunidad con la propia cohesión y con los procesos de exclusión/integración que en la misma se generan. El voluntariado, el voluntario y la voluntaria, son «personas que se hacen responsables de personas». Es lo que hace el voluntariado en la proximidad y el acompañamiento, y así manifiesta el voluntariado que es expresión de «sociedad que se hace cargo de sí misma».

Por lo tanto, **lo que el voluntariado es, lo que es coherente** con su ser, es **ser** «expresión de una comunidad **que se hace** cargo de sí misma». Por tanto, ni es «auxiliar», ni instrumento, ni agente, ni nada, de otros agentes sociales y de los servicios que a ellos corresponde en obligación. Es «comunidad en acción» que participa en, con y desde su responsabilidad solidaria con lo que anda en juego en la dignidad de las personas, de todas ellas, y más de las más desprotegidas en el ejercicio de sus derechos.

5.2. El voluntariado como actor con identidad propia

Y aquí, «cargando con» esa fractura social, empieza la cuestión ¿Cómo es el voluntariado realización de una sociedad que se hace cargo de sí misma? Resolver esta cuestión es resolver la cuestión de ¿tiene el voluntariado algún valor añadido? Pues si es así, será un actor cuya presencia es validada por sí misma, y su ausencia será un déficit en la propia estructura social, un déficit de la propia sociedad que manifiesta la «calidad moral» de una sociedad que no se hace cargo de sus propias fracturas sociales, de las personas pobres y excluidas.

La respuesta, casi tautológica, es: el voluntariado aporta su «valor añadido» siendo él mismo en su tener, en su hacer y en su estar en la realidad, y *solo así, siendo en su ser*. Esto quiere decir que el voluntariado va a encontrar su identidad en la realidad y en la realización de ese hacerse cargo de la sociedad sí misma, y no tanto en el discurso sobre su ser. Incluso más, su ser será lo que esté realizando (lo que de hecho realice) en ese «hacerse cargo de la realidad», de las manifestaciones de pobreza, exclusión, de las personas que no cuentan, que son considerada prescindibles, etc.; de las rupturas y fracturas de la propia sociedad.

Por tanto, lo primero no es entender y plantear el voluntariado desde fuera de él, p.ej., desde las carencias de la sociedad, de sus individuos, grupos y comunidades; desde las necesidades de las instituciones, de los servicios, de las prestaciones. Éste puede ser uno de los problemas más graves del voluntariado, o sea, que se le esté definiendo desde fuera, ubicándole como un instrumento, utilizándole como un recurso. Y esto, en momentos de crisis como la que estamos viviendo, de una forma especial, pues el voluntariado es alabado, incluso reclamado, para atender los «efectos» de la crisis.

¿Y qué encontramos cuando nos acercamos a entenderle «desde dentro» de sí, o sea, desde entenderle de cómo se hace cargo el voluntariado de la realidad de la propia sociedad? Debemos considerar al voluntariado en las cuatro dimensiones existenciales básicas.

Desde su tener. ¿Qué «tiene» el voluntariado? Aparentemente nada. ¿Lo que le dan para que dé? Esto es así cuando se le considera agente de crecimiento, no de desarrollo. Es decir, el voluntariado por tener *tiene un montón de bienes, eso sí, se trata de bienes intangibles*. Son «bienes relacionales» cuya característica es que a medida que se usan crecen, y si no se utilizan decrecen; justamente lo contrario de los bienes convencionales.

Solo a título de ejemplo, se puede considerar uno de ellos, el de la gratuidad:

- gratis como bien no mercantil, pues el voluntariado es manifiesta realización de que «hay algo» que no se reduce al intercambio crematístico de compra-venta, sin contraprestación;
- gratis como gracia -don que acoge, acompaña, potencia, etc;
- gratis como gracia, «con salero y chispa» (que «hace gracia»), es decir, que positiviza la expectativa de novedad, que rompe el pesimismo y genera esperanza, etc.

Y este «tener» tiene que ver con el derecho de todos a tener derechos, vínculos, redes, socialidad, solidaridad, apoyo, amistad, etc. Y esto le ubica mejor en la clave de su rol de «potenciador de capacidades y potencialidades», (empoderamiento), más que en el de las prestaciones y los servicios.

Desde su hacer, un «hacer» que da soporte a otros para que puedan ser. Es decir, su hacer es un «hacer para hacer ser», en el que el puro activismo es la negación, pues en el hacer del voluntariado está su propio hacerse como voluntario, además de hacer que las personas

puedan ser. Y esto tiene que ver con que el sujeto de la acción no es él mismo voluntario o los otros (a los que se suele considerar como usuarios), sino el diálogo entre todos los actores de la acción y, por ello, también las personas a las que dirige su acción como actores de su propio desarrollo.

Esto le ubica mejor en el «espacio de lo público» y le identifica como actor y agente desde su propio rol.

Desde su estar, que no es una posición estática sino muy dinámica, pues nos ubica en un espacio/tiempo. Es decir, su estar nos ubica en una estructura y una historia, estableciendo nexos, uniones, vínculos, relaciones, etc., que rompen las dinámicas excluyentes.

Esto le ubica en el espacio de la sociedad y de su cultura social, y del propio imaginario colectivo, a los que plantea que es posible otra sociedad, otra cultura, otra capacidad de acogida, empatía y esfuerzo por la cohesión y la justicia social. Por tanto, como crisol de valores y estructuras a las que contribuye para la construcción de una sociedad comunitaria y accesible.

Desde su ser. Siendo el voluntariado en su tener, hacer y estar, es como es el voluntariado en realidad, y eso es lo que es —quizá lo que debe ser— el voluntariado *en su ser*. Es decir, el ser del voluntariado se caracteriza por los valores que aporta en su realidad y en su realización desde su tener, su hacer, su estar, sin los que la sociedad se empobrece. Su ser, por lo tanto, no es un discurso ni unas palabras bien sonantes, sino algo que se trasluce desde lo que se practica.

Esto le ubica en los procesos de sentido y significado y, por ello, en los procesos de cambio y de proyecto social. La presencia del voluntariado tanto en la proximidad de las personas, como en los «proyectos de base» en que se concreta el compromiso de los grupos y comunidades, como en el ámbito público, es y debe ser una parábola de los «síes», es decir, una parábola real, actuante y efectiva de todos los «pequeños relatos» que buscan hil'arse en el «gran relato» de la filiación y la fraternidad universal. Y una parábola de los «noes», es decir una palabra que defiende, insta y denuncia lo invisible como visible, lo negado como afirmado, los insignificantes como significantes en plenitud de dignidad.

La gratuidad, la reciprocidad, el «retorno del don», el acompañamiento del «frater», es lo más consistente de lo que entendemos por voluntariado. Y nos aleja del voluntariado como sustituto, o subsidiario, de obligaciones de otros, o puro prestador barato de servicios, y nos hace operantes ante los valores que hemos identificado como contradictorios y promotores de los valores de los derechos, de la dignidad y la justicia.

Bicentenario de Don Bosco -historia-

¡Viene Don Bosco! Bienvenido a Casa!
¿Cómo "viene Don Bosco"? ¿A qué viene Don Bosco?

José Rodríguez Pacheco, inspector

La peregrinación de la urna con la imagen y la reliquia de Don Bosco no nos deja indiferentes. Para sus hijos y amigos despierta profundas resonancias interiores. Sin embargo es posible que, para quienes miran desde fuera esta visita, surjan algunos interrogantes. A todos nos hace bien preguntarnos cómo viene Don Bosco, a qué viene Don Bosco. La respuesta más valiosa es la que nace en cada uno, desde lo más profundo. He aquí algunas "claves" para reflexionar juntos. Esta visita es:

I. Memoria entrañable de un Padre y Amigo

*"... Señor, tu lo sabes todo, tu sabes que te amo
'...apacienta mis ovejas'..."
(Jn 21,17)*

Los chicos del Oratorio y los primeros salesianos querían, de mil maneras, guardar la memoria del Padre. Se organizaron de tal modo que ninguna palabra o gesto de Don Bosco

se perdiera. Testimonio de este deseo son las miles de páginas guardadas en el archivo central salesiano (no sólo sus cartas o sus escritos más importantes sino también apuntes de sus palabras en las buenas noches, borradores, pequeñas esquelas...) y también decenas de fotografías y de objetos...

En esta historia hay también otros gestos que, a algunos, parecerán extraños o pueriles, pero que se comprenden desde la lógica del afecto filial. Por ejemplo: cuando el peluquero cortaba el cabello a Don Bosco los chicos lo guardaban en sobrecitos para tener un recuerdo suyo; y en la habitación de Don Bosco se quisieron guardar todas las cosas tal cuál estaban en el momento de su muerte (¡hasta lacraron la botella de agua que estaba en la habitación para que no se perdiera!)

No nos extraña entonces que, en el momento de la muerte, los salesianos quisieran conservar el cuerpo de Don Bosco con gran cariño y con muchos signos de veneración. A su modo, la familia de Valdocco se ponía en la corriente de una antigua tradición de la Iglesia que venera las reliquias de sus mártires y santos... y así manifestaban la santidad de Don Bosco antes de ser declarada por la Iglesia.

2. Cercanía de una presencia viva

*"Os he dado un ejemplo,
para que hagáis lo que yo hice con vosotros"
(Jn 13,15)*

Quienes visitan el altar de Don Bosco en la Basílica de María Auxiliadora de Turín-Valdocco sienten algo muy especial: es como estar en presencia del padre querido y verlo allí como descansando después de una larga entrega en la misión... Llegar alguna vez junto a su tumba es un deseo del corazón salesiano. Como eso no será posible para la inmensa mayoría de nosotros, el Rector Mayor, ha querido que una réplica de esa urna vaya hasta donde está la familia de Don Bosco en el mundo entero. Así ha comenzado esta larga peregrinación que podríamos imaginar como un viaje del Padre que visita a sus hijos...

Llegará, entonces, a nuestra tierra una hermosa urna que contiene reliquias de Don Bosco: huesos que están debidamente resguardados dentro de la imagen de Don Bosco (en su pecho convertido en "relicario").

La estatua es copia fiel de cómo se veía Don Bosco luego de su muerte, tal como fue colocado y revestido con los ornamentos sacerdotales, tal como lo despidieron sus salesianos y los chicos de Valdocco. Es una copia antropométrica exacta: rasgos, posición, estatura (...dicho sea de paso, sirve para descubrir que Don Bosco era de baja estatura). Una atención especial merece el rostro: fue logrado a partir una "máscara" (el "molde" había sido tomado del verdadero rostro de Don Bosco apenas fallecido). ¡Ese es el rostro que cautivaba con su bondad y que transmitía alegría y confianza!... y hasta parece que todavía sigue sonriendo.

3. Signo elocuente

de quien supo amar hasta darla vida

*"No hay amor más grande que dar la vida por los amigos.
Vosotros sois mis amigos si cumplís lo que os mando"
(Jn 15,13 14)*

La imagen del "Don Bosco que nos visita" no es la del sacerdote activo, lleno de vitalidad, sino la de un Don Bosco que gastó hasta sus últimas energías en favor de los jóvenes; es un Don Bosco desgastado, fundido de tanto trabajo, de tanta entrega.

Él había dicho: "He prometido a Dios que hasta mi último aliento será para mis queridos jóvenes". Esta imagen es el signo de que él cumplió su promesa. Estamos ante Don Bosco, el sacerdote que por amor a los jóvenes, lo entregó todo: "por vosotros trabajo, por vosotros estudio, por vosotros estoy dispuesto a dar la vida".

Detenerse contemplativamente delante de Don Bosco que reposa después de una larga jornada nos evoca el secreto de su vida y de su misión: no sólo trabajar con empeño y creatividad sino sobre todo, entregar por amor a Dios, la propia vida como el grano de trigo que muere en la tierra para dar fruto; como Jesús en la cruz.

Nuestro padre vivió apasionadamente su lema: "*Da mihi animas, cetera tolle*". Esta imagen nos dice que "todo se ha cumplido" y que ahora nos toca a nosotros continuar su trabajo...

4. Paso

de quién reclama hijos y discípulos que lo mantengan vivo

*"El que quiera servirme, que me siga,
y donde yo esté, estará el que me sirve"
(Jn 12,26)*

Es paradójico... ¡la presencia de un Don Bosco muerto convoca a la vida! Por eso, aunque resulte un poco extraño, recibiendo a Don Bosco no participamos de una tragedia ni de un velatorio sino de una evocación afectuosa del Padre y tomamos conciencia de ser parte de una historia que nos compromete.

Estar junto a Don Bosco genera una enorme responsabilidad: "Don Bosco, yo quiero ahora gastarme por amor a los demás, como lo hiciste tú". Quizás el mejor ambiente para recibir a Don Bosco es caracterizarnos como los salesianos, jóvenes y laicos del primer oratorio, acompañarlo con afecto y decirle, desde muy hondo: "aquí estamos, somos tuyos, estamos

dispuestos a seguirte”, “queremos ser Don Bosco vivo y continuar su misión para los jóvenes de hoy”.

Y, quizás, en este clima podamos escuchar de sus labios un reclamo de fidelidad y de coherencia, una llamada a volver a él, a volver al patio en medio de los jóvenes. “Que vuelvan los tiempos felices del antiguo Oratorio”: ese era el deseo del Padre, el anhelo que le quitaba el sueño, la preocupación de sus últimos años...

Estos sentimientos se expresan en clima de fiesta y en celebraciones gozosas... pero calan profundamente si encontramos, junto a las reliquias de Don Bosco, espacios fecundos de silencio, de meditación y oración personal.

5. Camino

que nos hace familia, más allá de las propias fronteras.

*"Ya no estoy en el mundo, pero ellos se quedan en el mundo...
Guárdalos en tu Nombre para que todos sean uno..."
(Jn 17,11)*

Don Bosco no puede entenderse sino como Padre: Padre de los jóvenes, de los salesianos, de una gran familia... Su presencia, como en círculos concéntricos, llega a muchos. Su persona, su espíritu y su misión resultan atrayentes y simpáticos aún a quienes están lejos de la vivencia religiosa. El Padre de los jóvenes es un hombre de comunión, su Casa es escuela de comunión.

También hoy Don Bosco viene como pastor y misionero a reunir no sólo a su familia, sino también a aquellos que están lejos del amor de Dios. El describía el Oratorio como "una Casa querida por Dios para 'reunir a los hijos de Dios que estaban dispersos' (Jn 11,52)".

La urna con las reliquias de Don Bosco recorrerá nuestras tierras pero está recorriendo también casi todo el mundo. Así se convertirá en un signo de comunión universal. Delante de Don Bosco nos sentimos unidos en una Familia en la que las diferencias no son una amenaza sino una gran riqueza. En las diversas lenguas y culturas volveremos a llamarle como él quería: "Llamadme siempre Padre, y seré feliz".

Cuando estemos frente a esos signos de la presencia entrañable de Don Bosco podremos volver a decir con alegría y gratitud las palabras de uno de los primeros salesianos: "Hemos encontrado un Padre, una familia y una hermosa misión".

La peregrinación ha comenzado en el 2009, cuando la Congregación Salesiana celebraba sus 150 años y finaliza en el 2015... justo a los 200 años del nacimiento de Don Bosco. Su visita es "memoria y profecía": la historia continúa. Dios quiere viva nuestra familia para el bien de la Iglesia y de los jóvenes, especialmente los más pobres, abandonados y en peligro. Nuestra fidelidad al Padre es signo de vitalidad, de fecundidad y de esperanza...

6. Ocasión para decirle a Don Bosco nuestro deseo de ser sus hijos y discípulos

*"Esos que me has dado, Padre, quiero que allí dónde yo estoy,
estén también conmigo y contemplen tu gloria..."
(Jn 17,24)*

Nosotros, jóvenes, familia y amigos,
reunidos aquí alrededor de Don Bosco,
adoramos y agradecemos con él,
el amor infinito de Dios Padre
que amó tanto al mundo, que le entregó a su Hijo Jesús,
para la salvación de cuantos creen en Él.

Jesús sintió especial predilección
por los pequeños y los pobres,
y se entregó en la cruz
para que todos tengamos vida en abundancia.
Después de regresar junto al Padre,
envió su Espíritu, que habita en la Iglesia,
la ilumina y le da fuerza para construir el Reino.

Creemos en ti, Padre de Amor.
Creemos en ti, Cristo Salvador.
Creemos en ti, Espíritu Santificador.

Y tú, Señor Jesús,
Hijo de María y primicia del mundo nuevo,
danos hoy tu Espíritu,
para que suscite en nuestros corazones
tus mismos sentimientos.

Te suplicamos que renueves para nosotros
la promesa que hiciste a Juan Bosco:
"Yo te daré una Maestra".
Danos esa Maestra que nos haga como a él,
humildes, fuertes, robustos.
Que Ella viva maternalmente con nosotros,
nos tome de la mano y sea nuestra inspiradora,
para ir al encuentro de los pequeños y los pobres;
nos ayude a ser piedras vivas de la Iglesia,
en comunión con el Papa y los obispos;
nos alcance intensidad de escucha
y generosidad apostólica
para ser profetas de esperanza;

nos haga expertos en diálogo y amistad,
especialmente
con quienes más necesitan signos de cercanía y afecto.

Don Bosco, amigo nuestro, tú dijiste:

"Con vosotros me encuentro a gusto;
mi vida es estar con vosotros".

Agradecemos tu visita

y te pedimos que sigas presente y vivo entre nosotros.

Con tu cercanía tú nos haces cercano a Dios.

Tu presencia nos habla

como hablabas al corazón de tus muchachos.

Ayúdanos a prolongar tu espíritu y tu misión,

para Gloria de Dios

y salvación de los jóvenes.

Amén.

Conociendo a Don Bosco

Los comienzos

del oratorio en San Francisco de Asís

(Lenti I – Cap. XV, pp. 389-408)

-Propuesta de trabajo en grupo-⁷

Los primeros ejercicios del ministerio pastoral a los que Don Bosco se entregó, dirigido por don José Cafasso, le llevaron a «descubrir» que tenía que cambiar su vida para siempre. Enseguida, por un instinto natural y cristiano, se sintió atraído hacia estos jóvenes a los que se llamaba, en los escritos de la época, «pobres y abandonados». Poco antes de que se entregara totalmente a ellos, su compromiso se convirtió en «vocación». Don Bosco creía que el Oratorio era el instrumento pensado por la Providencia para reunir, evangelizar, educar y cuidar de tales jóvenes (p. 389).

FICHA 3 – LENTI I: CAP. XV, PP. 389-408

LECTURA PERSONAL DEL TEXTO

LOS COMIENZOS DEL ORATORIO EN LAS MEMORIAS DE DON BOSCO

- 'Jóvenes salidos de la cárcel o expuestos a ser encarcelados
- Bartolomé Garelli y el inicio del Oratorio

EL COMIENZO DEL ORATORIO

EN LOS PRIMEROS INFORMES 'OFICIALES' DE DON BOSCO

- Los comienzos del Oratorio en los Apuntes Históricos de 1854
- Los comienzos del Oratorio en los Apuntes Históricos de 1862

⁷ Propuesta tomada de la Delegación de Formación de la Inspectoría Salesiana "San Juan Bosco" de Madrid, a quien agradecemos su generosidad al compartir estos materiales.

LA 'TRADICIÓN' GARELLI

- El nombre 'Garelli'
- Posible carácter simbólico de la historia de Garelli
- Más afirmaciones de Don Bosco sobre el origen del Oratorio

Apéndice:

Breve apunte biográfico de don Juan Cocchi (1813-1895)

Primer punto de reflexión y diálogo

Los dos hechos que juntamente dieron la ocasión para el comienzo del oratorio (la experiencia de Don Bosco con los jóvenes salidos de la cárcel y la enseñanza del catecismo) están en ambos relatos. Pero mientras en el *Apunte Histórico* las instrucciones de catequesis aparecen en el contexto de la actividad catequética del Convictorio, en las *Memorias*, el episodio de Garelli, que señala el inicio de la actividad catequética de Don Bosco (y, por tanto, del Oratorio) está expuesto de una manera anómala, ya que Garelli no es uno de los jóvenes que ha impulsado el compromiso de Don Bosco en primer lugar (p. 399).

En el relato del encuentro de Don Bosco con Bartolomé Garelli, en la sacristía de la Iglesia de San Francisco de Asís, están condensados **aspectos carismáticos de la misión salesiana**.

¿Cuáles crees que son esos aspectos?

Segundo punto de reflexión y diálogo

Don Bosco consideraba el origen de su obra y los sucesos que la produjeron como acción de Dios a través de la mediación de María Inmaculada. De ahí que, al contar la historia "en familia" y al escribir sus *Memorias*, haya expresado esa convicción por medio de un singular episodio ubicado en la fiesta de la Inmaculada Concepción y personificado en un joven abandonado (p. 402).

En el Resumen histórico que precedía al capítulo Finalidad en las primeras Constituciones Salesianas, Don Bosco escribió: "El 1841 Don Bosco, trabajando en colaboración con otros sacerdotes, empezó a juntar en locales apropiados a los jóvenes abandonados de la ciudad de Turín. El propósito de estas reuniones era entretenerlos con juegos y, al mismo tiempo, repartirles el pan de la palabra divina".

¿Qué criterios pastorales ves? ¿Nos sirven en nuestra pastoral concreta de este siglo XXI?

Sugerencias, aportaciones y comentarios a: formacion@salesianos-madrid.com