

## ORIENTACIONES ACERCA DE LA PASTORAL VOCACIONAL Y LOS SUBSIDIOS PREFERIBLES

El análisis realizado del material vocacional que nos llegó hacia mediados del *Año Vocacional de la Sociedad de San Pablo*, nos pide ahora y nos consiente ofrecer a la Congregación las siguientes *Orientaciones acerca de la Pastoral Vocacional y los Subsidios preferibles* al respecto.

1. Ratificamos ante todo el deber de asumir los criterios contenidos en las *Constituciones y Directorio de la SSP*, en los artículos 87, 88, 88.1, 88.2, 88.3 e 88.4. Nuestra normativa nos recuerda que *“el futuro de nuestra Congregación y de nuestra misión en la Iglesia depende del aflujo de nuevos candidatos y de su esmerada formación”*. De aquí se deduce el deber de promover *“con todas las fuerzas las vocaciones”*, y la obligación –común a todas las comunidades y a cada miembro– de contribuir a tal fin con la oración, el sacrificio, el testimonio y la colaboración práctica a partir del propio campo de apostolado (cf. también *Línea operativa 2.2.5* del VIII Capítulo general de la SSP).
2. Todas las Circunscripciones, sin excepción, deben contar con un proyecto vocacional que haga parte del *Iter formativo* y que inspire el programa anual del trabajo vocacional (cf. *Línea operativa 2.2.4* del VIII Capítulo general de la SSP). Agentes principales de esta exigencia son el Superior de la Circunscripción y el Coordinador de la Pastoral Vocacional y de la Formación. El trabajo vocacional presupone el directo encargo de dicha tarea a una o varias personas, con la adecuada implicación de todos los cohermanos.
3. Una precisa y grave responsabilidad de los Gobiernos de Circunscripción, reafirmada por el VIII Capítulo general, es la de seleccionar “con especial cuidado” y preparar “convenientemente para su cometido a los animadores vocacionales y a los formadores, de manera que sepan armonizar formación y apostolado” (cf. *Línea operativa 2.2.3*).
4. Dado que el testimonio vivo de las personas consagradas es el primer subsidio visible que puede estimular a que otros descubran la propia vocación, los Superiores de Circunscripción programen y promuevan seriamente la formación permanente, medio esencial para una renovación integral de todos los miembros y condición para que las comunidades, las obras y los centros de apostolado constituyan una eficaz motivación vocacional. *“Vivir bien la vida religiosa es el primer y principal medio para obtener vocaciones, no sólo numerosas sino sobre todo selectas”* (Beato Santiago Alberione, 1955). Téngase además presente que los cohermanos ancianos o enfermos ofrecen, con su oración y sufrimiento, un aporte precioso a favor de las vocaciones.
5. Puesto que la comprensión del carisma y el concreto estilo de vida de los paulinos, no pueden prescindir de la misión, en la propuesta vocacional –y en los subsidios usados– ésta sea presentada de modo adecuado, destacando ante todo lo esencial (que es continuación de la obra de Jesucristo, verdadera evangelización, caridad de la

verdad) y no sólo los medios y las obras para llevarla a cabo. La línea operativa 3.1d del *Seminario Internacional sobre la Formación Paulina para la misión* celebrado en Ariccia el año 1994, precisa: “*En particular procúrese que la misión paulina ocupe el centro de la propuesta vocacional: consagración de vida apostólica y servicio específico de la comunicación medial están supeditados al compromiso de evangelización. Hágase de modo que cada aspecto de la vocación paulina sea visto en plena integración con todos los demás, y todos tiendan a la santificación, en la misión de la comunicación*”.

6. La propuesta vocacional haga hincapié en la atractiva que ejerce la persona de Jesucristo, en su presencia dentro del mundo, en la actualidad y necesidad de su Magisterio, en la invitación que Él hace a determinados creyentes para que le sigan más de cerca y colaboren con nuevas formas a la evangelización del mundo.
7. En la propuesta vocacional, los testimonios paulinos son un fuerte enganche; recuérdese, con todo, que no tienen significado en sí mismos sino en relación con la persona de Cristo y con la actualidad de la misión. Esto vale para san Pablo, para el Fundador y para todo otro modelo de paulinidad.
8. La actualidad de la misión de Cristo, en la que estamos llamados a participar, se comprende al reflexionar sobre la situación de incertidumbre, de espera, de aturdimiento, de búsqueda, de cambio, etc. en que se encuentra la sociedad. La pastoral vocacional paulina, en sus programas y en sus subsidios, tendrá en cuenta estas realidades.
9. La propuesta vocacional evite esmeradamente cualquier connotación clerical. Presente la vocación paulina como un camino de plena pertenencia a Cristo para vivir el Evangelio y predicarlo a los hombres de hoy con los nuevos medios y los lenguajes de la comunicación. Sobre esta base se apoya la doble expresión del paulino: Sacerdote y Discípulo.
10. La Sociedad de San Pablo sea presentada como parte de la Familia Paulina, “o sea del conjunto de congregaciones religiosas, institutos agregados y organizaciones apostólicas fundado por el P. Santiago Alberione” (Constituciones y Directorio de la SSP, art. 3). En lo posible, los vocacionistas establecerán enlaces de reflexión y de carácter operativo con los/las responsables de la pastoral vocacional de las otras instituciones de la Familia Paulina.
11. La pastoral vocacional paulina se desenvuelve con un profundo sentido eclesial: trabajamos en la Iglesia, con la Iglesia y para la Iglesia. Esto debe evidenciarse en el planteamiento general del plan vocacional, en sus estrategias y en sus medios.
12. La propuesta vocacional se dirija sobre todo a los jóvenes, pero teniendo en cuenta que hoy el arco de la edad juvenil se considera mucho más amplio que en el pasado. La selección se hará, de todos modos, entre los candidatos que ofrezcan signos positivos de idoneidad para la vida paulina, “prestando particular atención a las motivaciones de fondo...” (cf. Línea operativa 2.2.5 del VIII Capítulo general).

13. Asimismo, hoy en día, el “espacio” para la búsqueda y la propuesta vocacional es más amplio y se concibe de modo diverso: no se trata de abandonar la promoción vocacional en los tradicionales “lugares de la fe”, sino de visitar también los “nuevos espacios” donde se están los jóvenes y tantas otras personas de buena voluntad: internet, los centros de comunicación y de cultura, las universidades, el mundo del trabajo, los emigrantes, el voluntariado, los nuevos movimientos eclesiales, etc.
14. Para la promoción vocacional se requiere cada vez más un mayor e inteligente uso de los grandes medios de la comunicación, sin restar importancia a los subsidios gráficos o audiovisuales tradicionales susceptibles de una distribución más calibrada. No deben descuidarse los llamamientos vocacionales –normalmente eficaces– en nuestras publicaciones periódicas. En todo caso, es importante que el subsidio sea de calidad en la forma y que el mensaje sea claro para los destinatarios a los que se dirige: un mensaje no anónimo o genérico, sino preciso, expresado con el adecuado “lenguaje”, capaz de suscitar interés y respuesta; el subsidio, pues, incluirá una clara identificación de la Congregación y la indicación práctica de la persona o de la oficina a la que dirigirse para iniciar un diálogo. Procúrese que los mismos subsidios usados para la promoción vocacional sean un ejemplo de comunicación; esta indicación vale también para los sitios *web*.
15. Ningún subsidio, por excelente que resulte, es identificable con toda la pastoral vocacional de una Circunscripción ni puede responder de suyo a todas las características indicadas en estas *Orientaciones*: no es sino un medio cuyo valor e incidencia dependen del plan vocacional completo y del conjunto de las estrategias adoptadas por dicho plan. Pero, eso sí, cada subsidio debe tener un objetivo preciso. Cada vez más, en una sensata pastoral vocacional interactúan múltiples fuerzas vivas que se valen de estrategias y subsidios varios respondiendo a un único plan y que son objeto de una frecuente evaluación.

Roma, 31 de mayo 2006