

ANÁLISIS DEL MATERIAL VOCACIONAL

Al anunciar el *Año vocacional*, el 19 de marzo de 2005, el Superior general escribía así acerca de los “materiales gráficos y audiovisuales y de los otros subsidios empleados para la promoción vocacional en la propia Circunscripción”: «Todo ello será objeto de una esmerada valoración pedagógica (tanto en el aspecto de la cualidad estética, como en orden al impacto sobre los destinatarios) y los resultados se notificarán a toda la Congregación al final del *Año vocacional*».

El análisis del material vocacional se ha hecho en dos fases.

En la primera, un grupo de jóvenes paulinos, de diversas Circunscripciones, estudiantes en Roma –bajo la guía de la Comisión para el *Año vocacional*, instituida a su tiempo por el Gobierno general– visionó el material disponible en el momento de comenzar el trabajo: era una muestra de 105 productos vocacionales. En la segunda, la Comisión analizó el material llegado sucesivamente y la página *web* vocacional de las Circunscripciones.

Primera fase

Los subsidios vocacionales valorados en la primera fase del trabajo provenían *de las 10 Circunscripciones siguientes* (entre paréntesis, el número de los productos llegados): Australia (4), Canadá-Francia (1), Congo (2), Filipinas-Macao (15), India-Nigeria (7), Italia (11), México (28), Polonia (12), Portugal (15), Venezuela (10).

El *género* de estos subsidios es variado, pero predomina el uso de *desplegables*, *señaladores* y *accesorios (gadget)*, con un 65% de todo el material. Es, en cambio, escasamente significativo, menos del 10%, el uso de “nuestros medios” (revistas, audiovisuales, libros, etc.) con finalidad vocacional.

Pasando a la **valoración global** de cada uno de los productos vocacionales, éstos presentan preferentemente *contenidos vocacionales de carácter general*, o sea buenos para cualquier ocasión, más que orientados al *Año vocacional paulino*; las muestras no ilustran de manera clara el lema del Año: *Como Pablo, apóstoles por vocación*. Sólo el 11% del muestrario presenta cierta referencia al *Año vocacional paulino*, frente a un 50% que puede calificarse de “corriente” (válido para toda ocasión) y un 35% que cabe notar de “colateral” (indirectamente vocacional).

Hay que señalar también *una laguna*, perceptible en un número consistente de productos: falta una clara propuesta, es decir, la invitación a participar o a ponerse en contacto con alguien; la propuesta o no está presente o queda ambigua.

Yendo luego a una **valoración específica** de esos productos, podemos decir así:

En cuanto a la *temática*, se da cierto bricolaje (fragmentación), con diversos registros sin una clara unidad. Las referencias paulinas más frecuentes (la Congregación, su carisma y misión, la persona del Fundador, los medios de comunicación social, la Familia Paulina) están presentes al 62%. En el 26% del muestrario, no se declara el tema principal, y ello causa consiguientemente confusión y ambigüedad.

Análoga fragmentación se observa también en la presentación de los *espacios expresivos* de la vida/misión paulina. Impresiona ver que sólo algo más del 19% del muestrario “identifique” tales espacios, mientras casi el 70% parece no darles importancia.

Considerando, luego, los *protagonistas principales* presentes en el material analizado, vistos como elementos que comunican valores, en el 31% de los casos no aparece ningún testimonio, personaje o protagonista. Cuando se utiliza dicho elemento, los personajes más presentados son san Pablo (15,5%) y el P. Alberione (13,6%). Siguen otros en este orden: religiosos, jóvenes en general, Jesús / jóvenes paulinos (en igual proporción), María, adultos, el P. Giaccardo. Así que el panorama resulta variado; y no puede dejarnos indiferentes el hecho de que el “protagonista Jesús” sea quien comunica valores en muy bajo porcentaje (4,9%).

Deteniéndonos, por fin, en las *imágenes conceptuales* (la idea expresada en imagen), se deduce que en más de la mitad del material (53%) no hay un concepto claro, es decir, no se entiende qué se quiere comunicar. Las imágenes conceptuales más claras, un 23%, están asociadas al ministerio ordenado, a la vida de oración o al trabajo ante un ordenador (*computer*). El porcentaje restante presenta imágenes ambiguas.

Algunas observaciones

A estas alturas, consideramos oportuno proponer alguna observación invitando a reflexionar y profundizar con vistas a “formarse una conciencia vocacional” (UPS I, 120).

El *escaso uso de “nuestros medios”* con fines vocacionales, nos interpela y nos trae a la mente la importancia que el Fundador atribuía a esos medios: “podemos servirnos mucho de las revistas (*Vida Pastoral, Cooperador, Familia Cristiana*); también del cine, la radio, la televisión” (UPS I, 120); “las ediciones suscitan a los obreros de las ediciones: *Vida Pastoral, Unión Cooperadores, Familia Cristiana*, cada periódico, muchas hojitas, opúsculos, etc.” (SP, julio-agosto-septiembre de 1948). Por tanto, sin abandonar los medios tradicionales y, más aún, sin reducirse al empleo exclusivo de los que requieren menos recursos económicos y menos creatividad, es deber nuestro estimular el uso de esos medios que casan bien con nuestro apostolado, que nos “hacen paulinos”. En la pastoral vocacional no es suficiente decir o escribir que los paulinos utilizan los medios más rápidos y eficaces, sino hacerse ellos mismos “lenguaje vocacional”.

La *fragmentación de los temas o de los protagonistas principales o de los espacios expresivos* crea preocupación cuando se da dentro de la misma Circunscripción, porque, en tal caso, además de presentar ambigüedad y confusión en la propuesta de una imagen coherente, integral y clara de la Congregación, denota falta de planificación, de organización y de valoración adecuada de la pastoral vocacional y, probablemente, también falta de claridad de ideas y valentía por parte de las personas encargadas (a no ser que deba hablarse de negligencia).

Causa sorpresa y perplejidad el hecho de que en gran parte del muestrario examinado la *imagen conceptual* no sea adecuadamente comunicativa. Esto sucede *en nuestra casa*, donde el arte de comunicar (en pro del Evangelio) es parte de nuestro “oficio”. Nos preguntamos, pues: ¿La imagen no comunica porque es floja nuestra identidad paulina? ¿No sabemos expresarnos porque no sabemos ser?

Segunda fase

Como ya se dijo, la Comisión central para el *Año vocacional* procedió a examinar el “material complementario” (llegado sucesivamente), consistente en *otros subsidios*

provenientes de otras 8 Circunscripciones paulinas o del propio Gobierno general. Ello ha permitido integrar los datos y favorecer una visión de conjunto más completa y, por tanto, más cercana a la realidad.

La Comisión tomó nota, ante todo, de que en el *encuentro tenido en Ariccia* (noviembre de 2005), todos los Superiores provinciales y regionales hicieron referencia explícita a la situación vocacional en la propia Circunscripción: 12 de los 18 informes presentan un verdadero *programa vocacional*; sólo 2 informes son más bien genéricos al respecto.

La mayor parte de las Circunscripciones preparó o empleó *material de apoyo doctrinal o de nuestra imagen dentro de las comunidades*: 4 Circunscripciones (Brasil, India-Nigeria, Italia, Portugal) presentan un *opúsculo* para la reflexión vocacional o para reflexión y oración; en varias Circunscripciones se *revalúa la figura del Fundador* y se promueve la *Oración por las vocaciones*, reproduciéndola en estampas o tarjetas; varias Circunscripciones utilizan apropiadas *circulares internas* para acompañar el proceso del *Año vocacional*; el Congo se sirve del *boletín interno* ("Mosakoli"), preparado por los mismos jóvenes con la asesoría del maestro; Japón recoge en un volumen los *testimonios* de 43 profesos de la Provincia sobre la propia experiencia vocacional y publica, en lengua local, el texto del P. G. Roatta: *La vocación en el pensamiento del P. Santiago Alberione*; México plantea varios *proyectos*: además del específico de Pastoral Vocacional 2005-2006, el Proyecto Unitario de Familia Paulina 2005 y los planes de vida de grupo; varias Circunscripciones dan mucha importancia al *Mensaje para la Jornada mundial de oración por las vocaciones* y, al menos dos (México y Japón), recogen en un cuadernillo los mensajes de los últimos años.

En este contexto, constituyen un valioso material de apoyo doctrinal las dos *investigaciones*, realizadas por iniciativa del Gobierno general, sobre el tema vocacional en los Capítulos generales de la Sociedad de San Pablo y en los documentos congregacionales, y el *Compendio* de las principales enseñanzas del Fundador sobre la vocación paulina preparado por el Centro de Espiritualidad Paulina.

La publicidad en los medios, impresos o electrónicos parece ser escasa; pero esta afirmación hay que precisarla con los siguientes datos: 5 Superiores de Circunscripción dicen que dicha propaganda se está haciendo o se piensa hacer; Brasil ha preparado cinco *cuñas radiofónicas* (30'') y una *televisiva* (15''); el DVD preparado por Congo se podría transmitir por televisión; en su programa, España prevé un *videoclip vocacional* y algún programa radiofónico.

Por cuanto se refiere a *nuestros medios*, merece mención *Cooperador Paulino* de España por la validez de propuesta vocacional que entraña; Italia dispone de dos publicaciones vocacionales: *Vita Paolina* y *Tam Tam*; Japón publica anualmente un boletín de fondo vocacional: *Kibono-Oka*. Hallamos ejemplos de publicidad vocacional en nuestras revistas de Brasil, Filipinas, Italia, México y Portugal; en el catálogo editorial de Australia y en los cuatro volúmenes de *Pan-Dasal*, libro de oración para la Eucaristía y la Liturgia de las Horas, preparado en Filipinas; la misma Provincia se distingue también por la creación de un *logo*, atractivo y dinámico, para el *Año vocacional*.

Hay que mencionar, en fin, los *tres carteles* y los *dos módulos* para la correspondencia personal (donde figura san Pablo y la leyenda con el lema y fecha del *Año vocacional*) preparados por la Comisión central. También conviene subrayar la nota de originalidad que se advierte en varios subsidios de animación, sobre todo donde la pastoral juvenil representa un valioso soporte para la pastoral vocacional: Filipinas, Italia, México, Portugal.

Refiriéndonos más explícitamente a los *subsídios de animación vocacional ya producidos o en elaboración*, no hay mucho que añadir; pero sí debemos relevar el mérito de las Circunscripciones que, en vista del *Año Vocacional*, han predispuesto una única composición gráfica para usos diversos: carteles, anuncio publicitario, portada de opúsculo, tarjeta, etc. (por ej. Brasil y Portugal). También es de destacar la actualidad y originalidad de algunas iniciativas en la red o de carácter cultural (por ej. el “Monasterio invisible” y el bando-concurso para tesis de doctorado sobre el tema “La comunicación y lo sagrado”, ambas de la Provincia Italia). Además, de las indicaciones puestas en los subsidios vocacionales concretos (desplegables, señaladores, carteles...) o de las afirmaciones hechas por los respectivos Superiores, resulta que 12 Circunscripciones promueven la visita del correspondiente *web site* con miras vocacionales.

Síntesis de los contenidos referidos al *Año Vocacional SSP* en los sitios *web paulinos*

La Sociedad de San Pablo está presente en la red internacional *web* con el sitio general oficial y con 22 sitios correspondientes a esta lista:

- | | | |
|------------|-----------------|----------------|
| •Italy | •Argentina | •Australia |
| •Brazil | •Canada | •Chile |
| •Colombia | •France | •India |
| •Ireland | •Japan | •Germany |
| •Korea | •Mexico | •Philippines |
| •Poland | •Portugal | •Rep. Congo |
| •Spain | •United Kingdom | •United States |
| •Venezuela | | |

Examinándolos uno por uno en la óptica de la identidad y de la propuesta vocacional paulina, es posible clasificarlos como sigue:

Sitios con identidad vocacional y promoción apostólica	Sitios con identidad genérica y promoción apostólica	Sitios con promoción apostólica
Brasil, Chile, Colombia, Corea, Japón, Portugal, Estados Unidos, Venezuela	Argentina, Australia, Canadá, Congo, Filipinas, Irlanda, Polonia, Reino Unido, España	Francia, Alemania, India

Sitios institucionales y sitios vocacionales	Italia, México
--	----------------

- Como se ve en el esquema, Italia y México tienen, además del sitio institucional, otro dedicado a la pastoral juvenil vocacional, paralelo al institucional.
- Los sitios que disponen de páginas vocacionales y de pastoral juvenil están realizados con una gráfica apropiada al lenguaje juvenil y presentan los contenidos de modo fluido.
- El sitio de USA, aunque realizado con una gráfica no propiamente juvenil, es el más detallado en presentar nuestra identidad vocacional; muy vivaracho es el sitio de Corea; el sitio italiano de la Pastoral Vocacional Paulina se fija también en las iniciativas de pastoral juvenil de la Conferencia Episcopal Italiana y de la Iglesia italiana en general; el sitio mexicano de Pastoral Vocacional presenta, entre otras cosas, el programa televisivo “Préndete” y actividades teatrales de orientación vocacional, cuidados por los jóvenes paulinos y dirigidos al mundo juvenil.
- El enlace (*link*) *Anno Vocazionale* del sitio general de la SSP remite a las noticias concernientes a las iniciativas vocacionales en las varias Circunscripciones.

Conclusión

Después de cuanto hemos dicho, sería injusto considerar que el *Año vocacional paulino* haya contado con escasa consideración; al contrario, el mero hecho de la existencia del material examinado confirma que cada Circunscripción lo ha sentido y vivido en cierta medida. Sin embargo, hablando en general, una migaja de más empuje no hubiera estado mal.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta que la valoración del material vocacional, hecha fuera del contexto propio, puede adolecer de algunos límites (por ej., la selección de un cierto género de subsidios o de formas expresivas, en un determinado contexto, podría ser consecuencia de una consciente valoración, y no de simple “comodidad” como pudiera parecer a quien juzga desde fuera...).

Creemos que el *Año vocacional*, con el lema “Como Pablo, apóstoles por vocación,” nos ha proyectado tras las huellas de nuestro Padre, y ha tenido el mérito –como dijo el Superior general en la homilía del 4 de abril de 2006, día aniversario del nacimiento del P. Alberione y de clausura del *Año vocacional*– “de abrir horizontes fascinadores que estimulan a todas las generaciones paulinas a *lanzarse adelante*” y lleva en sí “la mejor garantía para considerar que estamos ante una semilla sólo lanzada”: debemos hacerla crecer, mirando confiadamente al futuro.

*La Comisión
para el Año vocacional*