

Este material fue enviado también en años anteriores y pretende ser simplemente una ayuda, de ninguna manera suplir o reemplazar la reflexión de cada uno de Ustedes en torno a los contenidos de la Campaña y a la manera de implementarla.

Finalidad de una Campaña

La idea de cualquier Campaña es generar un efecto multiplicador, en este caso queremos multiplicar la toma de conciencia en el pueblo de Dios sobre el sentido de pertenencia a la Iglesia: porque “somos hermanos” que queremos “ser familia”, y juntos “hacer la Iglesia”.

La Campaña apunta principalmente a quienes tienen un vínculo más frecuente con la vida eclesial, participando en la Eucaristía y en las actividades que desarrolla la Iglesia, especialmente en las parroquias.

DEBEMOS PENSAR Y DEFINIR QUIÉNES SERÁN LOS RESPONSABLES DE IMPULSAR LA CAMPAÑA JUNTO CON EL PÁRROCO: ¿CONSEJO PASTORAL? ¿Y/O CONSEJO ECONÓMICO? ¿Y/O EQUIPO DE COMUNICACIÓN? ¿EL ÁREA DE PASTORAL SOCIAL? ¿O UN EQUIPO DE CAMPAÑA COMPARTIR EN COLABORACIÓN DE CÁRITAS PERÚ; COMISIÓN EPISCOPAL DE ACCIÓN SOCIAL?

En 1º lugar es importante que todos los responsables de comunicarla tengamos claridad sobre los objetivos de la Campaña. Para esto es clave que cada uno lea previamente todo el material y que en una reunión se acuerde lo necesario, para que todos los responsables entiendan y pretendan lo mismo.

Luego creativamente veamos todas las ideas que surgen tomando como pregunta: ¿Qué podemos hacer para que la Campaña llegue a la mayor cantidad de gente y del mejor modo posible?

A tener en cuenta:

Pensemos en los destinatarios concretos: en cada parroquia, incluso en cada capilla y en cada misa, podemos ver que nos encontramos con características distintas, con lo cual tenemos que hacer el esfuerzo de ser flexibles para adaptarnos a transmitir en un lenguaje comprensible para esas personas. Es importante tener en cuenta la historia parroquial, la edad, el sexo, el grupo de pertenencia, la cantidad de participantes, etc.

Recursos con los que contamos o podríamos contar.

Es una buena oportunidad para dar a conocer cómo la campaña Compartir ha apoyado, con la recaudación del año anterior, proyectos con el tema de defensa de la vida (que se encuentra en el tríptico 2011) u otros.

...

Estos elementos mencionados ya nos pueden aportar alguna idea para impulsar la Campaña, seguramente ustedes verán muchos otros.

La Campaña se compone de dos grandes elementos, ambos necesarios pero insuficientes cada uno por separado.

- Estos son: 1) **los materiales**
2) **la comunicación.**

Los materiales de la Campaña

Cada material tiene su función dentro de la Campaña y en conjunto buscan lograr el objetivo.

Es muy importante tener en cuenta que al ser una Campaña Nacional, son los mismos materiales para todo el país, sabiendo que hay realidades muy diversas. Por lo que se hace no sólo conveniente sino también necesario adaptar la comunicación.

Respecto a las cantidades:

Cada coordinador diocesano de Compartir ha recibido todo el material solicitado en el XXII Encuentro Nacional 2011 en cantidad suficiente para entregar a cada sede parroquial y cada una de sus capillas filiales, grupos o movimientos de la diócesis.

Hay materiales como la versión escolar que tienen que ser fotocopiados y quedan por cuenta de los que utilizarían en cantidad. En el CD, también hay material que puede ser reproducido, si lo necesitaran.

Respecto al uso de los materiales: sugerimos

Texto Base

Fundamentación teórica de la campaña y presenta: Los datos más saltantes del tema del año; la acción de la Iglesia en dicho rubro y la reflexión hecha a través de su doctrina; y las propuestas de acción a modo de sugerencias para ser desarrolladas en el año.

Es distribuido principalmente a los párrocos, instituciones que realizan acciones en el rubro del tema del año e instituciones a las que conviene dar a conocer los contenidos de la campaña del año. No es de distribución masiva.

Carta de los obispos:

Busca ser un mensaje directo de los Señores obispos, mostrando con fuerza que toda nuestra Iglesia Peruana está impulsando y trabajando este tema: "Jóvenes, comprometidos con una nueva vida", ante la situación de riesgo social en que viven.

La idea es que se lea en misa, es un texto breve y puede sumarse a la reflexión que se realice sobre el tema.

Sería bueno entregar una por persona, puede ser junto con el tríptico.

Tríptico informativo del año:

Busca que la gente pueda leer y contar con algo que le permita reflexionar en su hogar. Apela a su razón y a su corazón y busca ser un recordatorio.

El tríptico contiene información sintética sobre la campaña: tema y lema, datos estadísticos sobre el tema, un mensaje de reflexión, los proyectos que la campaña está apoyando con la colecta del año anterior, una invitación a colaborar con la colecta 2011.

Está diseñado a color, más llamativo y costoso. Ahora cada comunidad puede adecuar el estilo y costo en mayor cantidad.

Su distribución debe llegar a parroquias, colegios, lugares públicos.

A tener en cuenta:

Los trípticos son para entregar en mano a adultos y jóvenes, 1 por persona o por familia.

Explicar en el momento de la entrega, la importancia de leerlo. Que no pase como un papelito más que le damos a la gente.

Ofrecer a la gente la posibilidad de que podrán preguntar a determinadas personas las inquietudes que les surjan.

Una posibilidad interesante sería que se le entregue en un sobre junto a una carta del párroco y/o del Consejo Pastoral. Dicha carta puede constar de información concreta de la parroquia y/o de una explicación que sea un aterrizaje del tema en la realidad concreta de nuestra comunidad.

El momento de repartirlo: una posibilidad sería entregarlo a la entrada de la Misa e invitar a leerlo, dando un espacio para ello; o entregar a la salida en mano. Si se va a reflexionar sobre el tema durante la Misa, lo más aconsejable es entregarlo en el momento que se realice la reflexión.

El tríptico tiene un espacio en blanco para llenar con los datos de la parroquia o diócesis, a fin de poder personalizar el material.

Spots para radio:

En www. hay spots para pasar en las radios locales. También se pueden utilizar para ambientar la celebración, poniéndolos antes de comenzar la Misa (cuando la gente va llegando,) como una manera de empezar a instalar el tema.

Spot de Tv:

Material de apoyo para el trabajo en las diócesis y a nivel nacional. Es material de reflexión en forma visual que se canaliza a través de la TV local de las diócesis.

Se utiliza en la sensibilización para colegios, instituciones, agentes de pastoral, etc. Debe ser reproducido.

Los afiches:

Son importantes en cuanto al impacto visual de la imagen y de la frase. Para lograr esto, es clave que estén bien ubicados:

frente, en lugares que realmente sean de paso obligado de la gente, en lo posible de

que tengan luz adecuada,

que estén ubicados a la altura de los ojos,

que no se pierda en una maraña de otros avisos y afiches parroquiales

Su distribución debe llegar a: Parroquias, colegios, instituciones, lugares públicos, etc.

En muchos casos la ubicación en las puertas del templo puede ser adecuada, también en carteleras móviles en el pasillo central, o de cualquier otra forma que llame la atención de las personas.

Subsidio para colegios

Es un material diferente para escolares que responde muy bien al llamado de la campaña siempre y cuando la comunicación con ellos sea motivadora, directa y cordial. Es además el sector que se encuentra en la etapa privilegiada de formación por lo que es importante facilitarles materiales sencillos de reflexión.

Este material se entrega a los profesores de Religión de Odec, tutores y profesores de Educación Primaria como apoyo para la reflexión del tema anual.

La comunicación

En cómo comunicamos está la clave del éxito de cualquier emprendimiento, en una Campaña de concientización también. Es cierto que los materiales ayudan pero son instrumentos a los que le tenemos que sumar vida, la vida concreta de lo que sucede en nuestra comunidad, a corazón abierto, nuestro agradecimiento, nuestra valoración, nuestras ganas, nuestros sueños, nuestros proyectos.

Se trata de ponerle rostro y realidad al discurso, de manera que el mensaje sea significativo para las personas que lo reciben.

¿Quién comunica?

Por un lado toda la Iglesia, pero también la comunidad eclesial que se reúne en cada lugar. Esta lo hace a través de sus principales referentes: el párroco, el Consejo pastoral, el Consejo de Asuntos Económicos, los catequistas, los coordinadores de los grupos, los coordinadores diocesanos de Compartir, todos los agentes de pastoral, etc..

¿Qué queremos comunicar?

El deseo de que el otro se sienta parte de la Iglesia, comunicarle que lo queremos, que lo necesitamos, que tiene lugar en la comunidad, que lo invitamos a participar, a ser parte recibiendo y dando, compartiendo.

Al estilo de Jesús, tenemos que aprender a vivir compartiendo lo que somos y lo que tenemos. Nadie es tan rico que no necesite nada, ni nadie es tan pobre que no tenga algo para brindar a los demás.

No se trata de una Campaña implícita para recoger dinero. Es más bien una acción destinada a incrementar en los fieles la conciencia de pertenecer de corazón a la Iglesia, y por ello de aportar responsablemente lo que la comunidad necesita, cada uno desde su lugar con lo que le es propio, único e irrepetible.

Particularmente en esta XXII Campaña queremos destacar el deseo de ser familia y de hacer juntos la Iglesia, respondiendo y haciendo eco al llamado del Santo Padre Benedicto XVI en la invitación a todos los jóvenes del mundo: “arraigados y edificados en Cristo, firmes en la fe”.

¿Cómo comunicamos?

Cuentan con un material básico para la Campaña, elaborado por la Conferencia Episcopal Peruana, que conviene aprovechar. Al mismo le deben incorporar los elementos de la realidad concreta de la comunidad, ya sea de la pequeña comunidad local, o de la parroquia, como comunidad de comunidades.

Podemos informar sobre las cosas que hacemos, cómo las hacemos, quiénes, cuándo: dando testimonio de tantas pequeñas y grandes cosas que se van construyendo en la comunidad y de las cuales muchas veces no nos enteramos.

Con la reflexión de la temática de la Campaña durante la Misa (ver tríptico).

Con gestos y signos durante las celebraciones y encuentros.

Con actitud de apertura y recibimiento cordial a las personas; con valoración de su aporte y con espíritu agradecido.

Nunca generando sentimiento de culpa o de obligación, siempre invitando y motivando.

Aprovechar que siempre en las comunidades hay personas que tienen un talento especial para comunicar con gracia, con simpatía, con creatividad, con sencillez.

Usar los materiales de la Campaña en la forma y tiempo más oportunos.

¿Termina la Campaña?

Permanentemente estamos con proyectos y actividades, que requieren participación, talentos, tiempo y recursos para sostenerse. El Sosténimiento es un aspecto transversal de la actividad del hombre y de la Iglesia.

La Campaña como tal puede tener un principio y fin, pero la tarea de comunicar oportunamente es periódica, sin cansar, en forma que transparente que el esfuerzo que cada uno invierte no se pierde... se convierte para bien de todos.