

PROYECTO 1  
**SEMBRAR**  
**(ENSEÑAR EL CARISMA)**

[ Proyecto de promoción del carisma claretiano seglar ]

*“Un sembrador salió a sembrar...” (Mc 4, 3)*

**Fundamentación:**

*E.3: El Movimiento se propone promover el conocimiento y la vivencia de la vocación y misión del seglar claretiano en conformidad con el Ideario.*

*N.3.1: Los Consejos Regionales promoverán la creación de programas de promoción vocacional en la región, que podrán realizarse en conjunto con otros miembros de la Familia Claretiana o, puntualmente, en espacios diocesanos o parroquiales.*

*N.6.1: Cada grupo admitido procurará promover la creación de nuevos grupos y la incorporación de nuevos seglares al Movimiento.*

*IX AG Aparecida (2011). Líneas de acción*

*q) Desarrollar con carácter general, un proceso de formación sobre la vocación y la identidad del seglar claretiano para las personas en discernimiento, adaptado a cada cultura.*

*... Realizar un guión con orientaciones que indique los pasos y responsabilidades para realizar la presentación del movimiento y el trabajo de discernimiento para nuevas comunidades y miembros. Dicho guión debe contener información general sobre el MSC: distribución geográfica, Familia Claretiana, Identidad, organización...*

*... Realizar un audiovisual con la presentación del MSC y los contenidos del guión y un cuadernillo de apoyo que incluya también propuestas de oración y preguntas que interpelen.*

**Destinatarios:**

- Seglares/laicos sin identidad carismática clarificada (principalmente jóvenes o adultos que hayan finalizado o estén realizando un catecumenado o itinerario de pastoral). Especialmente, seglares cercanos a posiciones claretianas
- Miembros de la Familia Claretiana (principalmente formadores, seminaristas, estudiantes así como responsables de apostolado, pastoral vocacional y pastoral juvenil, o cualquier otro que por su ministerio trabaje con seglares y pueda darles referencia del Movimiento).

**Objetivos:**

1. Ofrecer información general sobre el carisma claretiano de manera integral, para fomentar la promoción y formación de evangelizadores, sea cual sea la forma, lugar, servicio o estilo de vida desde el que se desarrolle el carisma.
2. Despertar interés por el compromiso con la labor evangelizadora, especialmente la más específica de la vocación seglar.

3. Presentar y dar a conocer el Movimiento a quienes apenas saben nada de él o tienen una visión distorsionada, y ofrecerlo como posibilidad para los seglares que sintonizan con el carisma claretiano.

**Situación inicial:**

Los destinatarios desconocen por completo el carisma claretiano seglar y/o la existencia del Movimiento, o bien su conocimiento del mismo es escaso, parcial o distorsionado.

**Situación intermedia:**

Los destinatarios reciben de manos de seglares claretianos y/o colaboradores de la familia claretiana información básica y sintética sobre las características del carisma claretiano y cómo se concreta en la vida seglar, así como la forma en que se desarrolla esta vocación dentro del Movimiento de Seglares Claretianos. Para ello se ayudarán de material divulgativo y promocional específicamente diseñado para tal fin.

**Situación final:**

Los destinatarios de este proyecto disponen de un conocimiento básico de los rasgos fundamentales que caracterizan el carisma claretiano seglar y el Movimiento de Seglares Claretianos. Algunos de ellos manifiestan interés por conocerlo con más profundidad y/o expresan su voluntad de incorporarse al Movimiento, para lo que están dispuestos a iniciar un periodo de discernimiento (*ver proyecto GERMINAR*).

**Procesos:**

**A.- Divulgación a nivel general:**

Desarrollo de acciones de difusión general con la información más nuclear muy sintetizada, con el único objetivo de despertar interés. Se realiza a través de campañas promocionales y/o institucionales (aprovechando especialmente fechas significativas para el Movimiento, como aniversarios, fiestas litúrgicas y claretianas...) utilizando diversos soportes de comunicación (videos, cartelería, flyers, folletos, artículos o banners en revistas, boletines, página web, cadenas de whatsapp, emails...)

**B.- Divulgación a nivel particular:**

Realización de una presentación directa organizada en encuentros presenciales (física o virtualmente), a nivel colectivo o individual, en el que se proporciona una información básica completa, a grandes rasgos, con la posibilidad de recibir feedback. Los encuentros presenciales normalmente serán de duración limitada y no muy larga. A veces, será la única oportunidad que se disponga para explicar el carisma y el Movimiento.

**C.- Continuidad:**

Seguimiento y acompañamiento a las personas y grupos a los que se les ha presentado de forma particular el Movimiento y han manifestado un interés inicial, para ir resolviendo sus dudas y aclarando conceptos respetando los ritmos de cada uno. Cuando sea posible y se estime oportuno, realizar una invitación expresa a iniciar un proceso de discernimiento para su entrada en el Movimiento.

**Temporización:**

La divulgación a nivel general del Movimiento se realizará permanentemente, a través de campañas y/o acciones promocionales puntuales y limitadas en el tiempo. El material divulgativo empleado en las mismas deberá ser renovado con periodicidad suficiente para evitar su obsolescencia y garantizar una mayor eficacia de la promoción. El plazo de utilización de estas campañas y sus materiales será variable, dependiendo de su funcionalidad para conseguir los objetivos perseguidos y su capacidad de impacto.

La divulgación a nivel particular se realizará a solicitud de los interesados, por propia iniciativa o tras ofrecimiento desde el Movimiento. El material empleado en el mismo para las presentaciones tendrá un periodo de vigencia razonable para no resultar repetitivo.

El seguimiento y acompañamiento a las personas y grupos se realizará únicamente cuando sin llegar a introducirse aún en un proceso de discernimiento, estos hayan manifestado interés por ampliar la información facilitada y continuar el contacto, y solo mientras se mantenga viva dicha inquietud.

El Consejo General/regional valorará la conveniencia o no de dar continuidad al trabajo promocional iniciado y articulará y programará las medidas oportunas. Anualmente se realizará una planificación de las acciones a desarrollar en el año, y en su caso, la designación de promotores y/o la puesta en marcha de equipos para la promoción.

**Observaciones:**

**A.-** *Por lo general, salvo casos muy extraordinarios, las acciones promocionales serán puntuales y no se desarrollarán en un lapso prolongado de tiempo. Frecuentemente, sólo se dispondrá de una única oportunidad para conseguir mostrar el carisma claretiano, su vertiente seglar y el espíritu del Movimiento. El primer objetivo será entonces suscitar a los receptores de la información el suficiente interés por lo transmitido como para que se decidan a conocerlo con más profundidad. Y para ello es imprescindible ser muy conciso y exponer la información más fundamental de manera atractiva tanto en su contenido como en su forma.*

**B.-** *Lo principal en esta etapa no debe ser saturar y comunicar datos, cifras, detalles... No hay mejor forma de dar a conocer el Movimiento y el carisma que lo fundamenta que enseñar y transmitir su ALMA, la vida que lleva dentro, la expresión del Espíritu de Cristo que se manifiesta en su ser y su caminar.*

**C.-** *En ese sentido, las formas pueden llegar a ser tan importantes como el fondo. No se puede transmitir el mensaje con desgana, con miedo, con desinterés... Nuestra pasión, nuestra alegría y nuestra confianza en lo que somos y lo que hacemos van a transmitir tanto o más que nuestras palabras, y seguramente lograrán enamorar más a los receptores de nuestro mensaje.*

**D.-** *En no pocas ocasiones, la labor tendrá que centrarse en aclarar visiones erróneas, desmontar prejuicios o mitos urbanos acerca del Movimiento. Habrá que hacerlo con humildad y paciencia, evitando en todo momento entrar en conflictos (inútiles) ni generar enfrentamientos que a la larga pueden empeorar la situación.*

**E.-** *Todas las acciones promocionales que se vayan a desarrollar se prepararán minuciosamente y con esmero, procurando adaptarlas lo mejor posible al perfil de las personas o colectivos a las que vayan dirigidas. Pero aunque no se deben improvisar, es igualmente importante evitar un exceso de rigidez y automatización en la presentación que se realice. Para que la comunicación sea eficaz debe ser espontánea, natural y cercana.*

**Acciones a implementar para el desarrollo del proyecto:**

1. Configurar un equipo específico de Pastoral Vocacional en el Movimiento, que se encargue de desarrollar este proyecto y, entre otros objetivos, articule estrategias globales de promoción del carisma claretiano seglar y dinamice y coordine la labor que se desarrolle en las regiones y zonas sobre esta cuestión.
2. Configurar equipos locales de Pastoral Vocacional en aquellas posiciones en las que existan condiciones propicias que permitan desarrollar un trabajo continuado.
3. Planificar las estrategias y acciones de promoción a corto, medio y largo plazo.
4. Organizar encuentros con miembros de la familia claretiana para darles a conocer el Movimiento.
5. Coordinarse con los Gobiernos y Prefecturas de Apostolado de la Familia Claretiana, y de Pastoral Juvenil Vocacional para la promoción del carisma claretiano a nivel integral, en sus diferentes opciones de vida, también desde la identidad seglar.
6. Analizar, revisar y actualizar regularmente el material promocional existente, y su disponibilidad en diferentes idiomas.
7. Elaborar y recopilar nuevos recursos materiales que sirvan de apoyo a la presentación y promoción del Movimiento (documentos, artículos, presentaciones, audiovisuales, vídeos, folletos, cartelería, artículos, etc...).
8. Analizar y estimular la utilización y aprovechamiento de todos los medios de comunicación disponibles para dar a conocer el carisma y el Movimiento, concienciar a los laicos de su papel en la Iglesia y estimular su implicación en la misión evangelizadora.
9. Elaborar una guía general con orientaciones metodológicas para la realización de presentaciones presenciales.
10. Coordinar con el Proyecto "CULTIVAR" las necesidades de formación requeridas para agentes y colaboradores de promoción vocacional.

**Recursos humanos:**

*Todo seglar que forma parte del Movimiento es responsable de la tarea de promover el carisma en su entorno, animando la movilización de nuevos agentes evangelizadores. A los grupos y regiones les corresponde impulsar y articular en sus respectivos ámbitos la promoción vocacional y la animación de nuevos grupos y seglares de la manera que estimen más oportuna.*

*A nivel general, de manera específica, el desarrollo de este proyecto necesita de:*

- Equipo de Pastoral Vocacional del Movimiento (al menos 3 personas)  
*Actuará por delegación del Consejo General. Conformado por al menos 3 seglares preferiblemente con experiencia en el campo de la Pastoral Vocacional o la Pastoral Juvenil. Encargado del desarrollo de este proyecto "Sembrar", y si se estima conveniente, de la elaboración de un Plan de Promoción Vocacional. Mantiene reuniones periódicas de coordinación con la Secretaría de Formación del Movimiento y será la referencia para los agentes locales de promoción.*
- Agentes locales de promoción.  
*Encargados de realizar -puntual o permanentemente- tareas de promoción y acompañamiento vocacional en su región o zona. Cada región/zona valorará la conveniencia y posibilidades la puesta en marcha de este servicio, y de delimitar sus*

*funciones. Estos agentes trabajarán de manera coordinada con el Equipo de Pastoral Vocacional y con su Consejo Regional (o en su caso, con el Delegado de Zona).*

- **Colaboradores de la familia claretiana:**  
*Miembros de nuestra familia carismática que han manifestado su predisposición y disponibilidad para colaborar con la promoción del Movimiento en la medida de sus posibilidades. Su generosa colaboración y acompañamiento, su más extensa distribución geográfica y su mayor movilidad nos abren nuevas oportunidades de dar a conocer nuestro carisma que de otra forma no estarían al alcance del Movimiento en las circunstancias actuales.*
- **Equipo de comunicación (y gestión de la web)**  
*Encargados de poner a disposición del equipo encargado de Pastoral Vocacional los medios físicos o virtuales que faciliten la divulgación a nivel general del material promocional, aprovechando al máximo las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y comunicación.*
- **Equipo de traductores**  
*Encargados de elaborar las versiones en diferentes idiomas del material promocional y divulgativo.*

#### **Recursos materiales:**

- **Material promocional para divulgación general:**  
*Artículos, banners, audiovisuales, vídeos, folletos, cartelería, etc... preparados para las campañas promocionales o institucionales realizadas a nivel general.*
- **Material promocional para divulgación particular:**  
*Documentos, presentaciones, audiovisuales, vídeos... y demás material elaborado para divulgación en encuentros presenciales específicos.*
- **Medios de comunicación directa:**  
*Teléfono, whatsapp, skype/hangout... y otras plataformas que permitan dar continuidad a la acción promocional y realizar seguimiento a las personas que hayan manifestado interés por el Movimiento.*

#### **Seguimiento del proyecto. Revisión/evaluación:**

- Evaluación anual de las acciones promocionales realizadas y organización del seguimiento a las personas, grupos y colectivos que mostraron interés en las mismas.
- Planificación anual de las acciones promocionales que se vayan a realizar.
- Revisión y actualización periódica del material promocional disponible. Delimitación y estudio del nuevo material que se necesite y sus características y programación de la elaboración del mismo (cada cuatro años como máximo a nivel general y regional)
- Evaluación general de los criterios establecidos en este proyecto para la labor de promoción a realizar cada cuatro años, de forma ordinaria, conjuntamente con la revisión del plan general. Los grupos y regiones podrán solicitar al Consejo General su revisión de manera extraordinaria cuando se detecten problemas o carencias graves en el desarrollo de los procesos sugeridos.



## COLABORADORES

### Redacción y diseño del Plan:

Miguel Ángel Sosa, *Secretario de Formación 2015-2019*

### Consultores

Consejo General (2015- 2019)

Bernardeta Arbaiza, *Secretaria General*

Edison Chalco, *Secretario de Economía*

Manuel Tamargo cmf, *Asesor General*

Vocales de formación regionales (2015-2019)

María Eugenia Muñoz / Fabricio Ibáñez [*Bolivia*]

María Ledezma / (Aníbal Sánchez) [*Venezuela*]

Maggie Veras [*Caribe*]

Teresa Bicheiro [*Brasil*]

Magda Araujo [*Colombia*]

Pedro Pardo [*Bética*]

Montse Jiménez / Dolors Serradell [*Norte España*]

\*\*\* [*Nigeria*]

### Para el desarrollo del proyecto:

Auxi Villafuerte

M<sup>a</sup> Jesús Pérez Solano

### Para la difusión del Plan

Equipo web\_comunicación

Equipo de traductores

Asesoramiento adaptación web:

Ángel Roldán

Correcciones traducción inglés::

Conchita Rodríguez