

PROYECTO FRANCISCO

El proyecto **FRANCISCO** nace como una especie de *Spin-off*, es decir, un derivado del **PROYECTO CONFERENCIAS** porque se perciben las posibilidades de usar, como medio de comienzo, los **contactos electrónicos** de que se dispone, evitando “quemarlos” por excesiva frecuencia en los envíos o por lo inadecuado de su contenido. Comenzó la fase de prueba el **22 mayo de 2013**. Se utilizará el gancho del Papa como pretexto

La FINALIDAD es “**dar algo más que unos servicios religiosos y una formación estrictamente religiosa**” a través de un contacto más frecuente con los destinatarios de la labor pastoral. Es un **valor añadido** que se ofrece a cambio de una **mínima molestia**. Ha de merecer la pena a juicio de los destinatarios. Sigue la filosofía de “*Darle al cliente aquello que quiere y algo más, antes de que llegue a pedirnoslo*” Debe generar una recepción positiva de ese plus y una valoración igualmente positiva de los servicios que presta la parroquia.

El contenido tratará de **incitar al creyente** para que esté en **contacto con el pensamiento del mundo actual** en sus facetas culturales más perceptibles (cine, canción, teatro, pensamiento, novela, poesía, mística, avances científicos, continente digital, graffittis, etc.) Obviamente, en dosis muy pequeñas. **Provocar** el ver cine, escuchar, música actual o leer literatura **desde la sensibilidad del que cree en el evangelio**. **Fomentar reflejos de madurez cristiana por asociación de ideas con lo que dice una canción, una película o un suceso**.

Se procurará variedad de temas, novedad, actualidad, comunicación de experiencias y de emociones... **No se usará como foro de debate**.

La formación habitual para adultos que se da en los ambientes de Iglesia suele prescindir de estos aspectos. Sin embargo, esta carencia puede favorecer la desconexión con el resto de la ciudadanía inquieta “que se mueve” y fomentar **una Iglesia de gentes aviejadas, obsoletas o mediocres que se refugian en su zona de confort**. El católico normal puede que sea bueno como una paloma, pero no es astuto como una serpiente. No es el tipo de persona que pueda “hacer lío” como pide el Papa. Mira el mundo y no lo ve, ni capta sus mensajes positivos.

En la Iglesia, no se maneja el concepto de **Responsabilidad Social Corporativa**, en su aspecto interno, de **cuidar el desarrollo humano personal de los colaboradores voluntarios de las parroquias**. Esto puede generar un ambiente de mediocridad conservadora.

DESTINATARIOS

Al ser la frecuencia de unos 4 envíos por semana, hay que asegurar de que son deseados por los destinatarios y comprobar este punto cada seis meses. Se incluirá la advertencia: Si no desea recibir más correos sobre el Papa Francisco devuelva este y en **Asunto** ponga: BAJA.

Sin limitaciones, todos los que lo pidan y faciliten su E-mail. Preferible que el **E-mail esté debidamente formalizado según la Ley de Protección de Datos Personales**. Este

segmento de personas, de algún modo, serán los “*heavy users*” que reenviarán los mensajes

CANAL DE COMUNICACIÓN

El medio de comunicación será el correo electrónico

Permite conectar electrónicamente, más de 2 veces por semana, con muchas personas. Actualmente son: en directo algo más de **180 personas** (51% varones) y con los **reenvíos espontáneos** se llega a bastantes otras (probablemente duplica los envíos directos).

Este *Forward* informal puede crear un pequeño efecto “red” que:

- a) indica que la idea es buena y la calidad actual aceptable
- b) sugiere en otros la pequeña actividad de reenviar

CONTENIDO

La homilía papal en Santa Marta, enviada como archivo adjunto, es a la vez un motivo en sí y también **un pretexto** para la comunicación añadida escrita en el mensaje. Es decir, usamos también la homilía como *Opportunity*, (en un análisis DAFO)

FORMATO DEL MENSAJE

- El texto deberá ser corto. Determinar el tamaño exacto es difícil porque crea dificultad a la hora de condensar lo que se pretende decir.
- Una comunicación con forma personal: ***yo te escribo a ti, desde mi correo personal*** y teniendo en cuenta que debe valer para varones y mujeres
- Frase para sonreír
- Tema para pensar o sugerir la reflexión
- Invitación a caminar con alegría, dar ánimos y esperanza, apoyar la libertad y el crecimiento personal, acompañar, ayudar a detectar problemas...

REQUIERE

Disponer de las direcciones electrónicas (mejor, con autorización escrita)

Usar las direcciones con la debida moderación. Se trata de un servicio, no de un sacrificio.

Ideas suficientes (búsqueda, selección y redacción del material)

Envío electrónico CCO

RIESGOS

- Fallos humanos en el sistema de envío (que no salgan en CCO)
- Fallos informáticos de difícil explicación (que alguien a veces no lo reciba estando en la lista de envío, que habiéndolo enviado en CCO llegue en abierto, que el tipo de letra se cambie...

EVALUACIÓN

Por ahora, la comunicación bidireccional solo se utiliza para captar hasta qué punto se acierta en el tema.

Se envía directamente a 180 personas

Han sido más de 110 páginas de comunicación

En más de 215 envíos más los archivos adjuntos